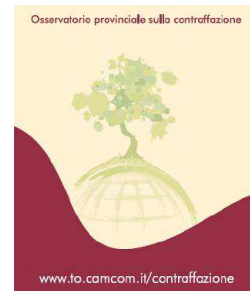




CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

ISSN 2465-0862



## Rapporto sulla contraffazione nel Torinese VIII Edizione

**Produrre, vendere, acquistare  
giocattoli:  
l'importante è la sicurezza**

Novembre 2015

Camera di commercio industria artigianato agricoltura di Torino  
Tutti i diritti riservati. Vietata la riproduzione a terzi.

A cura di: Barbara Barazza, Alberta Coccimiglio, Silvia Depaoli, Pierfrancesca Giardina, Settore "Studi, statistica e prezzi", Camera di commercio di Torino, via San Francesco da Paola 24, 10123 Torino - [www.to.camcom.it](http://www.to.camcom.it)

Coordinamento interviste: Mariangela Ravasenga, Settore "Innovazione e Bandi", Camera di commercio di Torino.

Un particolare ringraziamento va a tutti i soggetti che hanno collaborato alla realizzazione della ricerca, chi fornendo dati e statistiche utili a contestualizzare il fenomeno oggetto d'analisi - Ivo Berti (Corpo Polizia Municipale Città di Torino), Fabrizio Nicoletti (Guardia di Finanza), Donato Rosa (Agenzia delle Dogane), Paolo Taverna (Assogiocattoli), Paola Pedanti, Carla Russo; chi, in veste di esperto e testimone privilegiato, rilasciando preziose testimonianze raccolte in chiusura del rapporto: Paolo Taverna (Assogiocattoli), Stefano Quercetti (Quercetti & C S.p.A.), Andrea Ruschetti (La Nuova Faro S.R.L.), Roberto Testa (Soremartec Italia s.r.l. - Ferrero Group), T.Col. Pietro Romano (S.I.A.C.), Donato Rosa (Agenzia delle Dogane), Claudio Bergonzi (INDICAM), Alessandro Mostaccio (Movimento Consumatori), Emanuela Truffo (Jacobacci & Associati), Patrizia Scarzella (DComeDesign), Pierpaolo Barra (Profilodesign), Gabriella Gilli (Università Cattolica). Infine, si ringraziano le associazioni dei consumatori ADOC Piemonte, Federconsumatori Piemonte e Movimento consumatori di Torino, che si sono rese disponibili a somministrare il questionario ad oltre 100 nuclei famigliari, nonché le famiglie e le imprese che hanno partecipato all'indagine.

# Indice

Introduzione.....	5
I numeri dei giocattoli in Piemonte.....	8
Il tessuto imprenditoriale .....	8
Il commercio estero di giocattoli .....	12
Le indagini .....	18
L'universo imprenditoriale di riferimento .....	18
La contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola"	
Il punto di vista del tessuto imprenditoriale piemontese .....	19
Alcune caratteristiche del campione indagato.....	19
Uno sguardo d'insieme.....	20
Focus: le imprese produttrici.....	23
Focus: le imprese distributrici.....	25
La contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola"	
Il punto di vista dei consumatori.....	27
Il campione di indagine.....	27
Le abitudini di acquisto .....	27
La percezione del fenomeno della contraffazione e della diffusione di giocattoli "non in regola" .....	30
Le politiche di lotta alla contraffazione .....	32
Le interviste .....	35
Focus	
L'Agenzia delle Dogane e il contrasto alla contraffazione di giochi e giocattoli....	65
Appendice	
I questionari .....	69



## Introduzione

Giunto all'ottavo anno di attività, l'Osservatorio provinciale sulla contraffazione<sup>1</sup> ha monitorato nel tempo l'evoluzione di tale fenomeno sul territorio, approfondendo nelle varie edizioni diversi aspetti della problematica e più ambiti merceologici coinvolti.

Sia l'attività di ricerca, sia l'organizzazione di momenti divulgativi, che hanno spaziato dall'analisi della contraffazione di prodotti agroalimentari e di cosmetici, all'approfondimento del tema dell'etichettatura e della riconoscibilità dei prodotti, al furto dell'identità digitale, sono state condotte avendo sempre di mira il principale obiettivo posto a fondamento dell'Osservatorio e che sta a cuore ai soggetti che ne animano le attività: garantire una maggiore informazione sul tema, a tutela di cittadini ed imprenditori, promuovendo una cultura comune di contrasto al fenomeno e creando consapevolezza sui possibili danni e pericoli derivanti al consumatore e alle imprese dall'incauto acquisto di merci contraffatte, senza dimenticare le ricadute negative per l'economia del Paese.

Nel continuare a perseguire tale obiettivo, l'argomento sul quale il Comitato di indirizzo dell'Osservatorio provinciale sulla contraffazione in provincia di Torino ha voluto concentrare l'attenzione nel 2015, è quello della **"contraffazione di giocattoli"**, esteso, più in generale, ai **"giocattoli non in regola"**: giocattoli insicuri, dunque, fonte di potenziali rischi e pericoli per la salute e l'incolumità fisica dei consumatori, in quanto non conformi ai requisiti essenziali e specifici di sicurezza.

Per definire tale tipologia di beni di consumo, va richiamato l'art.1 del D.Lgs. 11 aprile 2011, n.54<sup>2</sup>, che individua come giocattolo qualsiasi prodotto progettato o destinato, in modo esclusivo o meno, ad essere utilizzato per fini di gioco da bambini di età inferiore a 14 anni.

Nello specifico, quello contraffatto è un giocattolo che, seppur non fedelmente, riproduce i giocattoli più venduti sul mercato ufficiale; viene realizzato copiando il design di un prodotto originale e identificandolo con un marchio e un nome simili allo stesso.

Se da un canto la contraffazione lede diritti di proprietà industriale, la pericolosità dei giocattoli contraffatti deriva dal fatto che non rispettano necessariamente i requisiti essenziali e quelli specifici di sicurezza sviluppati per evitare rischi e pericoli per i bambini.

Proprio a partire dalla valutazione della parziale sovrapposizione dei due insiemi, quello dei giocattoli contraffatti e quello dei giocattoli non a norma, la lente d'ingrandimento delle indagini condotte e che verranno presentate nel presente rapporto, è stata posta anche sulla diffusione dei giocattoli "non in regola". Sono tali i giocattoli non conformi ai requisiti essenziali e specifici di sicurezza<sup>3</sup>: per rispettare i requisiti essenziali "i giocattoli non devono compromettere la sicurezza o la salute degli utilizzatori o di altre persone, quando siano utilizzati conformemente alla loro destinazione o quando ne è fatto un uso prevedibile in considerazione del comportamento abituale dei bambini<sup>4</sup>"; per quanto attiene ai requisiti specifici di sicurezza, a seconda delle proprietà che i vari tipi di giocattoli possiedono (fisiche e meccaniche, chimiche ed elettriche), sono previste precise norme di sicurezza, dettate dalla legge in materia.

---

<sup>1</sup> L'Osservatorio provinciale sulla contraffazione, nato nel 2008 su indirizzo della Prefettura di Torino e iniziativa della Camera di commercio di Torino, per definire incisive iniziative volte a contrastare il fenomeno della contraffazione è composto dalle più alte cariche locali e nazionali in rappresentanza delle rispettive istituzioni, oltre che dai rappresentanti delle categorie economiche e di tutela del consumatore impegnate, direttamente o indirettamente, a combattere questo fenomeno. L'attività è annualmente diretta da un Comitato di indirizzo.

<sup>2</sup> Emanato in attuazione della direttiva 2009/48/CE.

<sup>3</sup> Si veda "Compri un Giocattolo? Vai sul sicuro", Camera di commercio di Torino, 2012.

<sup>4</sup> Si veda art. 9 D.lgs. 11 aprile 2011, n.54

L'argomento qui in esame è spesso di attualità ed oggetto di grande attenzione sociale innanzitutto perché investe i bambini, la categoria più sensibile di consumatori, quella che più necessita di protezione e sicurezza; riguarda beni, i giocattoli, realizzati non solo per accompagnare i momenti ludici e di divertimento dei più piccoli, ma che nascono, nella maggior parte dei casi, anche per avere uno scopo educativo e di apprendimento e che dovrebbero aiutare lo sviluppo delle multiformi capacità legate alla crescita dei bambini.

Non di meno, coinvolge l'importante mercato dei giochi e giocattoli, che lo scorso anno ha prodotto in Italia 1,7 miliardi di incassi<sup>5</sup>, e un'industria di rilievo, che nel tempo ha in via crescente delocalizzato le produzioni, considerato che l'80% dei giocattoli di aziende italiane sono oggi realizzati in Cina. E' un tessuto produttivo che sta innovando il sistema di distribuzione delle merci, essendo attivo da almeno quattro anni nel potenziare le vendite online: oggi l'e-commerce copre l'8% del mercato complessivo di giocattoli<sup>6</sup>, ma attraverso questo canale, a differenza di quanto si evidenzia per altre categorie merceologiche, non pare esserci ad oggi una significativa incidenza di merci contraffatte immesse sul mercato.

Sono poi i numeri sull'entità del fenomeno della contraffazione e della diffusione di giocattoli non in regola sul nostro territorio a evidenziare l'opportunità di scandagliare questa tematica e di rivolgere ad essa peculiare interesse: guardando ai dati più recenti, nel citare statistiche fornite da alcuni tra le istituzioni e gli enti che a vario titolo operano per contrastare questo fenomeno, nei primi otto mesi del 2015 i Reparti della Guardia di Finanza in provincia di Torino hanno sequestrato 51.223 giocattoli; nello stesso periodo, il Corpo di polizia municipale della Città di Torino ha sequestrato 2.694 giochi e giocattoli privi del marchio CE<sup>7</sup>.

Secondo i dati IPERICO<sup>8</sup>, in Italia nel periodo 2008-2014, il valore stimato di giochi e giocattoli contraffatti sequestrati ha sfiorato complessivamente i 178,6 milioni di euro, di cui poco più di 5 milioni riconducibili a sequestri effettuati in regione Piemonte. Questi prodotti rappresentano in valore circa il 4% del mercato della contraffazione nazionale e torinese (4,3%), mentre in Piemonte la percentuale sale al 6%. Solo nell'ultimo anno di disponibilità dei dati, il 2014, il valore stimato per i giocattoli contraffatti sequestrati in Italia è stato pari a 9 milioni e Lazio, Campania e Sicilia sono le regioni dove più ha circolato denaro illecito proveniente dalla produzione e vendita di questi beni.

Di rilievo le consistenze sul numero dei casi di sequestri: nel periodo 2008-2014 sono stati complessivamente 1.661 in Italia e hanno portato al ritiro di 43 milioni di pezzi, con un incremento delle misure di intervento in particolare nel biennio 2009-2010. Nel contesto nazionale è la Campania a guidare la graduatoria delle regioni italiane più coinvolte da operazioni di sequestro (342 interventi nel periodo esaminato, il 21% degli interventi in Italia), mentre il Piemonte appartiene ai territori apparentemente meno toccati dal fenomeno di presenza di prodotti contraffatti.

---

<sup>5</sup> Di cui 800 milioni del Gruppo Giochi preziosi

<sup>6</sup> E-commerce gestito da Amazon e dalle stesse imprese produttrici.

<sup>7</sup> Va rilevato che l'11% delle ordinanze emesse nel 2014 dalla Camera di commercio di Torino per prodotti con etichettature non conformi ha riguardato giocattoli; la disciplina sulla marcatura sui prodotti prevede che sul giocattolo o sul suo imballaggio devono essere apposti, in maniera visibile, leggibile e indelebile:

1. la marcatura CE (la cui dimensione non può essere inferiore a 5 mm);
2. il nome e/o la ragione sociale e/o il marchio;
3. l'indirizzo del fabbricante o del suo mandatario o del responsabile dell'immissione sul mercato comunitario.

<sup>8</sup> IPERICO Intellectual Property – Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting, è una banca dati sulle attività di contrasto alla contraffazione in Italia (sequestri) sviluppata sotto la guida del Ministero dello Sviluppo Economico, Dipartimento per l'Impresa e Internazionalizzazione, Direzione Generale per la Lotta alla Contraffazione – UIBM, con il supporto di un pool di esperti di Guardia di Finanza, Agenzia delle Dogane, e, in un momento successivo, del Servizio Analisi Criminale del Ministero dell'Interno.

## GIOCHI E GIOCATTOLI

Valore stimato in migliaia di €, sulla base del n. di pezzi sequestrati

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	<b>Tot.08-14</b>
<b>TORINO</b>	0	15	11	2.475	31	53	246	<b>2.831</b>
<b>PIEMONTE</b>	1	17	1.841	2.511	408	53	246	<b>5.077</b>
<b>ITALIA</b>	5.921	45.801	42.237	20.250	43.240	12.139	9.010	<b>178.598</b>

Numero di pezzi sequestrati

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	<b>Tot.08-14</b>
<b>TORINO</b>	0	3.803	2.673	609.748	5.072	15.563	124.013	<b>760.872</b>
<b>PIEMONTE</b>	295	4.141	453.514	618.767	65.818	15.563	124.013	<b>1.282.111</b>
<b>ITALIA</b>	1.499.532	11.284.521	10.406.511	4.989.188	7.002.266	3.496.307	4.501.603	<b>43.179.928</b>

Numero di sequestri

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	<b>Tot.08-14</b>
<b>TORINO</b>	0	5	5	8	2	8	4	<b>32</b>
<b>PIEMONTE</b>	3	9	15	11	7	8	4	<b>57</b>
<b>ITALIA</b>	238	311	377	227	205	124	179	<b>1.661</b>

Fonte: banca dati IPERICO. *Dati dell'Agenzia delle Dogane e della Guardia di Finanza relativi a Contraffazione.*

Tuttavia, le statistiche del 2014 rivelano sì una riduzione degli interventi di sequestro avvenuti in Piemonte (n. 4 in totale a fronte di 8 dell'anno precedente), ma con una crescita importante del numero dei pezzi sequestrati, pari a 124.013 unità.

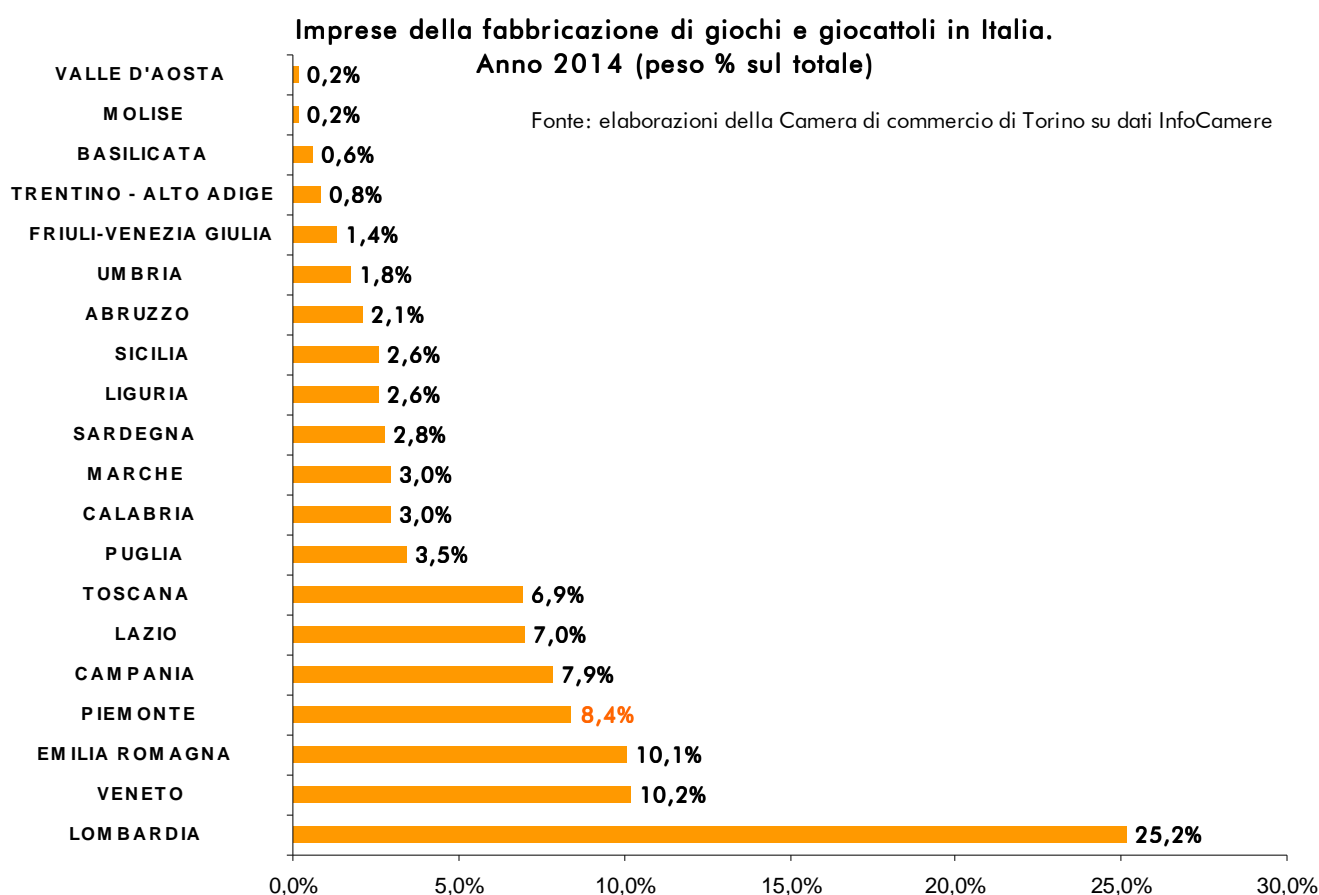
Sulla base di queste significative consistenze, il presente rapporto intende dunque approfondire il tema in ambito locale; dopo una fotografia sul tessuto imprenditoriale della produzione/distribuzione e sull'import-export di giocattoli, si illustreranno i risultati delle indagini condotte sulle imprese piemontesi del settore e presso un campione di famiglie acquirenti di questa tipologia di prodotti.

Infine, corredano la ricerca le interviste a stakeholders ed esperti, che a vario titolo e con preziosi contributi, in qualità di osservatori privilegiati del mondo dei giocattoli e del fenomeno della contraffazione in questo settore, hanno offerto il proprio punto di vista sull'argomento.

## I numeri dei giocattoli in Piemonte

### Il tessuto imprenditoriale

L'universo imprenditoriale del settore "giochi e giocattoli" in Italia è stato interessato nel nuovo millennio da un importante processo di delocalizzazione delle produzioni; ciò non di meno opera sul territorio nazionale una consistente realtà produttiva, costituita da 1.184 attività, in grande misura rappresentata da microimprese<sup>9</sup>. Nel solo Piemonte si contano 99 imprese, l'8,4% del totale nazionale, con un'incidenza che colloca questa regione in quarta posizione nella graduatoria italiana, dopo Lombardia (il 25,2%), Veneto (il 10,2%) ed Emilia Romagna (il 10,1% del totale).



La crisi, la concorrenza e le ristrutturazioni nel settore indotte dalla globalizzazione dei mercati hanno tuttavia inciso sui numeri delle imprese del settore operanti in Italia e in Piemonte: lo scorso anno, rispetto al 2009, lo stock delle imprese regionali della fabbricazione di giochi e giocattoli ha manifestato un andamento discendente (-22%), che ha rispecchiato quello nazionale (-25%). Le imprese delle regioni nelle prime posizioni della graduatoria, in alcuni casi, hanno conseguito risultati peggiori di quelli delle imprese piemontesi: in Lombardia hanno subito un calo del 25% nei confronti del 2009 e in Emilia Romagna del 32%, a fronte di un calo del Veneto del 19%.

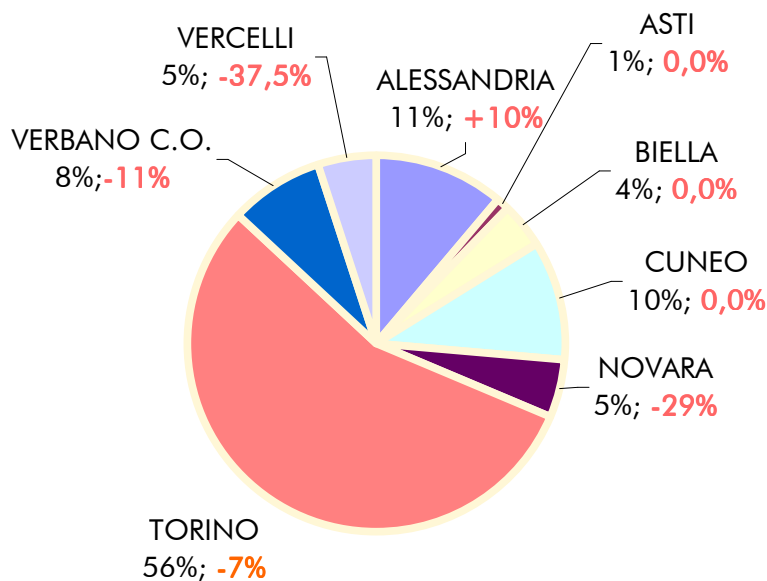
Confrontando con dati più recenti, rispetto al 2013, le imprese piemontesi della fabbricazione di giochi e giocattoli hanno accusato una flessione della consistenza pari al -8%, variazione peggiore rispetto a quella rilevata a livello nazionale (-5%). Questo trend

<sup>9</sup> Dati fonte InfoCamere al 31.12.2014, cod. Ateco 32.40, "fabbricazione di giochi e giocattoli".



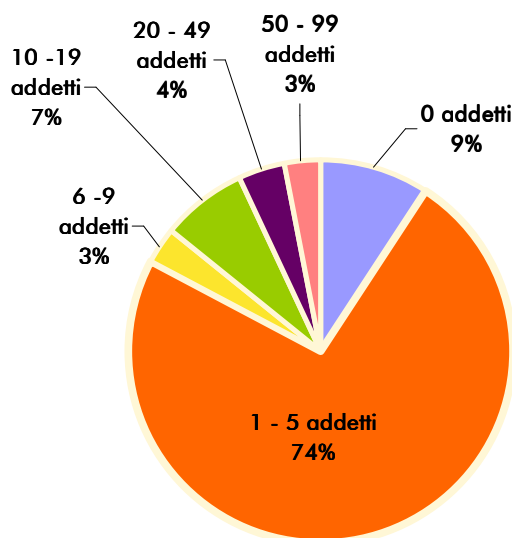
negativo è stato evidenziato anche dalle imprese delle altre regioni principali produttrici di giochi e giocattoli (-2,3% la Lombardia, -1,6% il Veneto e -9,2% l'Emilia Romagna). Quanto alla produzione sul territorio regionale, vi è una forte polarizzazione sul capoluogo piemontese, dove risulta localizzato il 56% delle imprese; seguono, più distanziate, le province di Alessandria (l'11% del totale), di Cuneo (il 10%) e del Verbano Cusio Ossala (l'8%). Nei confronti del 2013, solamente la provincia di Alessandria ha manifestato un incremento della consistenza (+10%).

### Imprese piemontesi della fabbricazione di giochi e giocattoli (Peso % sul totale e var. % 2014/2013)



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

### Imprese piemontesi della fabbricazione di giochi e giocattoli. Anno 2014 (Peso % sul totale)



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

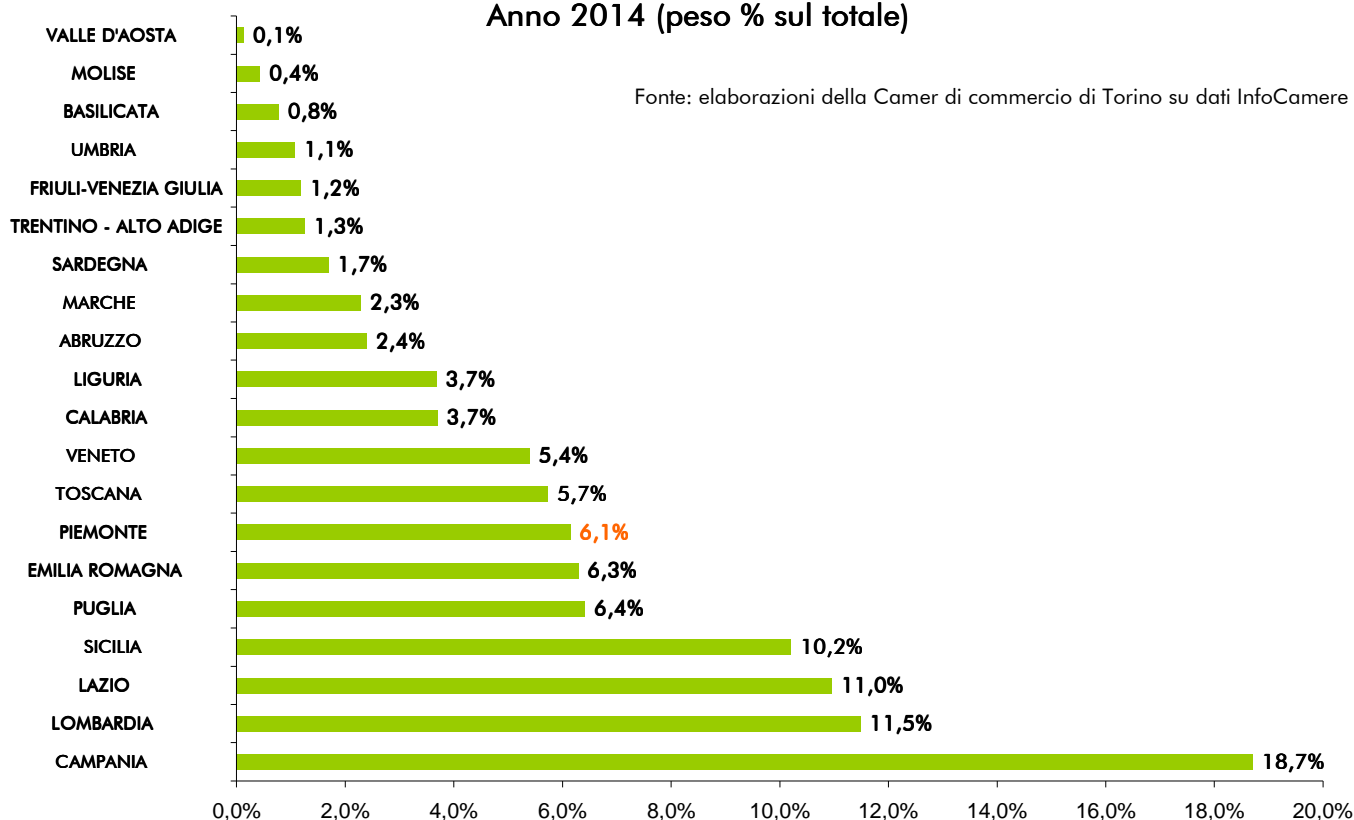
Qualora si faccia un raffronto con un anno più lontano, tutte le province piemontesi evidenziano una diminuzione della consistenza delle imprese produttrici di giochi e giocattoli, fatta eccezione per la provincia di Vercelli che rimane invariata.

Si tratta di una presenza imprenditoriale alquanto polverizzata, costituita per lo più da attività fra 1 e 9 addetti (il 77% del totale); si consideri che sul territorio piemontese non risultano realtà produttive con più di 100 addetti, e le imprese fra i 50 e i 99 addetti rappresentano appena il 3% del totale.

Nel settore della distribuzione<sup>10</sup>, invece, l'incidenza del Piemonte, rispetto al totale nazionale, è di minor rilievo: al 31 dicembre 2014 erano presenti in regione 410 imprese del commercio di giochi e giocattoli, 340 del commercio al minuto e 70 del commercio all'ingrosso. Le imprese piemontesi di questo settore rappresentano il 6% del totale nazionale (6.671) e nella graduatoria regionale delle imprese distributrici, che vede sul podio la Campania (il 19% del totale italiano), la Lombardia (il 12%) e il Lazio (l'11%), il Piemonte si colloca in settima posizione.

### Imprese del commercio di giochi e giocattoli in Italia. Anno 2014 (peso % sul totale)

Fonte: elaborazioni della Camer di commercio di Torino su dati InfoCamere

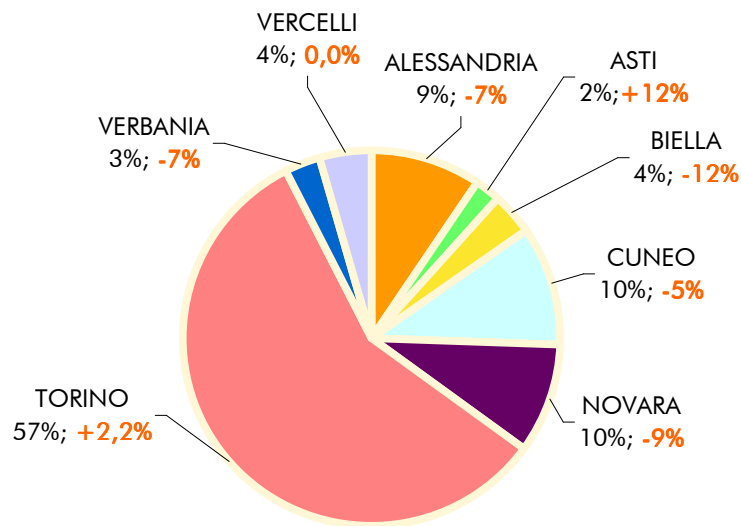


In sintonia con la realtà produttiva, una diminuzione del tessuto imprenditoriale ha riguardato nel tempo anche le imprese della distribuzione: rispetto al 2009 le imprese piemontesi del commercio di giochi e giocattoli hanno evidenziato un trend della consistenza in diminuzione (-8,9%), in misura più marcata rispetto all'andamento italiano (-5,8%). E' una riduzione confermata anche dai dati più recenti: nell'ultimo anno, il 2014, le imprese regionali del commercio di giochi e giocattoli hanno subito una contrazione della consistenza pari all'1,4%, in linea con la variazione italiana (-1,7% rispetto all'anno precedente). Nel panorama regionale le varie aree provinciali hanno manifestato tuttavia

<sup>10</sup> Codice Ateco 47.65. "commercio al dettaglio di giochi e giocattoli in esercizi specializzati" e cod. Ateco 46.49.3 "commercio all'ingrosso di giochi e giocattoli".

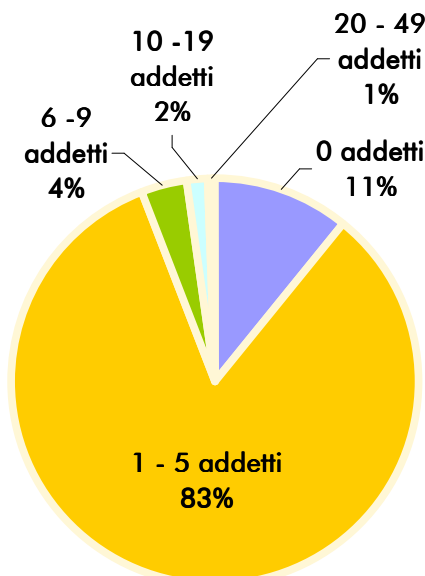
trend differenti, con un incremento di imprese nel capoluogo subalpino (+2,2%9 e nell'astigiano (+12%).

### Imprese piemontesi del commercio di giochi e giocattoli (peso% sul totale e var. % 2014/2013)



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati InfoCamere

### Imprese piemontesi del commercio di giochi e giocattoli. Anno 2014 (peso% sul totale)



Nelle prime posizioni della graduatoria delle imprese del settore per consistenza, la Campania e la Sicilia hanno registrato un calo dello stock (rispettivamente -3,9% e -4,6% sul 2013), mentre la Lombardia e il Lazio hanno ottenuto un leggero incremento (+1,5% e +1%).

Anche le imprese regionali della distribuzione di giochi e giocattoli risultano di piccolissima dimensione - l'84% è nella fascia da 1 a 5 addetti - e solo l'1% è nella classe da 20 a 49 addetti.

## Il commercio estero di giochi e giocattoli

La maggior parte dei giocattoli distribuiti in Italia proviene oggi dalla Cina e nella sola regione Piemonte oltre due terzi dei giocattoli hanno origine nel territorio del colosso asiatico: questa forte dipendenza dai mercati esteri, in primis dell'Oriente, si traduce in una bilancia commerciale nazionale di giochi e giocattoli marcatamente negativa (-533 milioni di euro).

Il 2014 si è caratterizzato tuttavia per un'espansione delle merci nazionali del settore oltre confine (366 milioni di valore delle merci, +4,4%) e una tenuta delle importazioni (898 milioni, +0,5%). Le transazioni commerciali di giochi e giocattoli<sup>11</sup> piemontesi all'estero hanno invece subito una battuta d'arresto (-8,4%), confermando il trend di discesa avviato da anni e palesatosi negli anni della crisi, con valori lontani da quelli dello scorso decennio (nel 2006 le esportazioni piemontesi ammontavano a 185 milioni di euro).

Le statistiche più recenti, riferite al I semestre 2015, evidenziano tuttavia un'importante inversione di tendenza per le esportazioni, +18,2% e +7,2% rispettivamente in Piemonte e in Italia, accompagnata da una corroborata vitalità delle importazioni dall'estero (+20,1% in regione e + 17,8% in Italia), grazie alla ripresa dei consumi.

### Import-export di Giocattoli nel Mondo (valori in euro)

	Anno 2013		Anno 2014		Var. import 2014/2013	Var. export 2014/2013
Piemonte	147.092.759	76.178.275	149.805.627	69.751.737	1,8%	-8,4%
Italia	894.185.191	350.645.198	898.972.133	366.085.319	0,5%	4,4%

	I sem.2014		I sem.2015		Var. import I sem. 2015/I sem. 2014	Var. export I sem. 2015/I sem. 2014
Piemonte	57.241.269	36.488.945	68.727.906	43.140.847	20,1%	18,2%
Italia	362.237.388	177.361.519	426.639.643	190.206.180	17,8%	7,2%

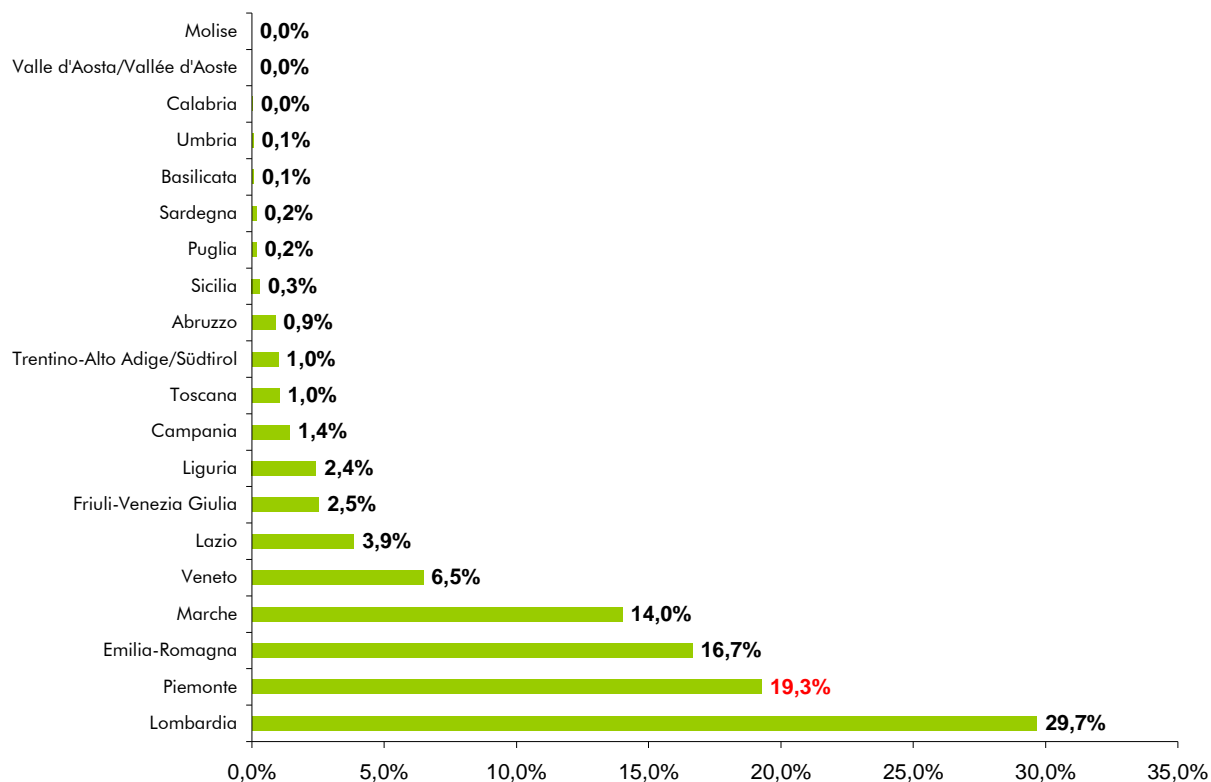
Fonte: elaborazione su dati Istat

Dopo la Lombardia, è proprio il Piemonte la regione più aperta e propensa agli scambi commerciali del settore, con una quota del 19% sulle vendite nazionali all'estero e un peso del 17% dell'import. Nel territorio regionale, a maggiore vocazione all'export si distinguono l'area di Novara (il 32% dell'export regionale del settore), quella di Cuneo (il 31%), Torino (il 18%) e Alessandria (il 9%). Del tutto residuale il peso di Asti (il 4%), Biella (il 3%) e di Vercelli con il Verbano Cusio Ossola (entrambi l'1%).

La crisi dei mercati manifestatasi nel 2009 si è riverberata nelle difficoltà di penetrazione sui mercati internazionali per il settore solo per alcuni ambiti provinciali: pesanti sono risultate perdite di export subite da Cuneo (-62%), Torino (-41%) e Novara (-5%), mentre nel resto della regione sono stati evidenziati degli incrementi.

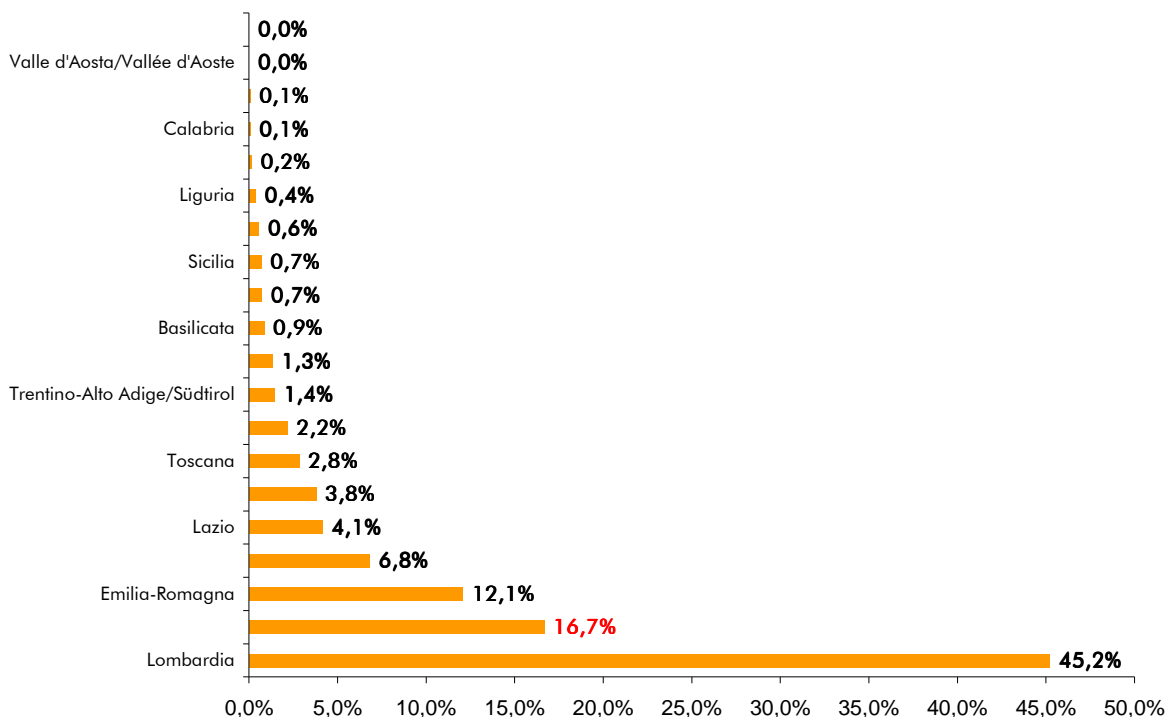
<sup>11</sup> La classificazione ATECO 2007, adottata dall'ISTAT per l'elaborazione dei dati territoriali del commercio con l'estero, nel settore dei giochi e giocattoli non comprende alcune categorie di giocattoli che non rientrano nella definizione, come le attrezzature sportive, le armi giocattolo, le console per videogiochi.

**Esportazioni di giochi e giocattoli per regione.  
Anno 2014 (Peso % sul totale)**



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

**Importazioni di giochi e giocattoli per regioni. Anno 2014  
(Peso % sul totale)**

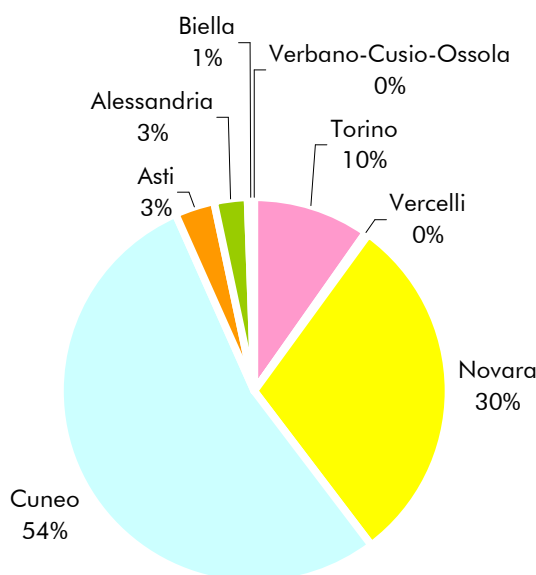


Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

Per contro, nel primo semestre 2015, in un contesto regionale mediamente di forte crescita, arretrano le vendite all'estero di giochi e per Alessandria (-34%) e Biella (-18%).

Disomogeneità nel territorio regionale si ravvisa anche per le importazioni, con il primato della provincia di Cuneo, seguita da Novara; sono queste due le aree che hanno registrato gli aumenti più importanti rispetto al 2009, per entrambe +21%, a fronte dell'arretramento dell'area metropolitana torinese (-53%), confermato anche nel I semestre 2015 (-26% rispetto allo stesso semestre del 2014).

**Importazioni di giochi e giocattoli nelle aree provinciali piemontesi.  
Anno 2014 (Peso% sul totale)**



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

Dove sono diretti i giochi e giocattoli "made in Piemonte"?

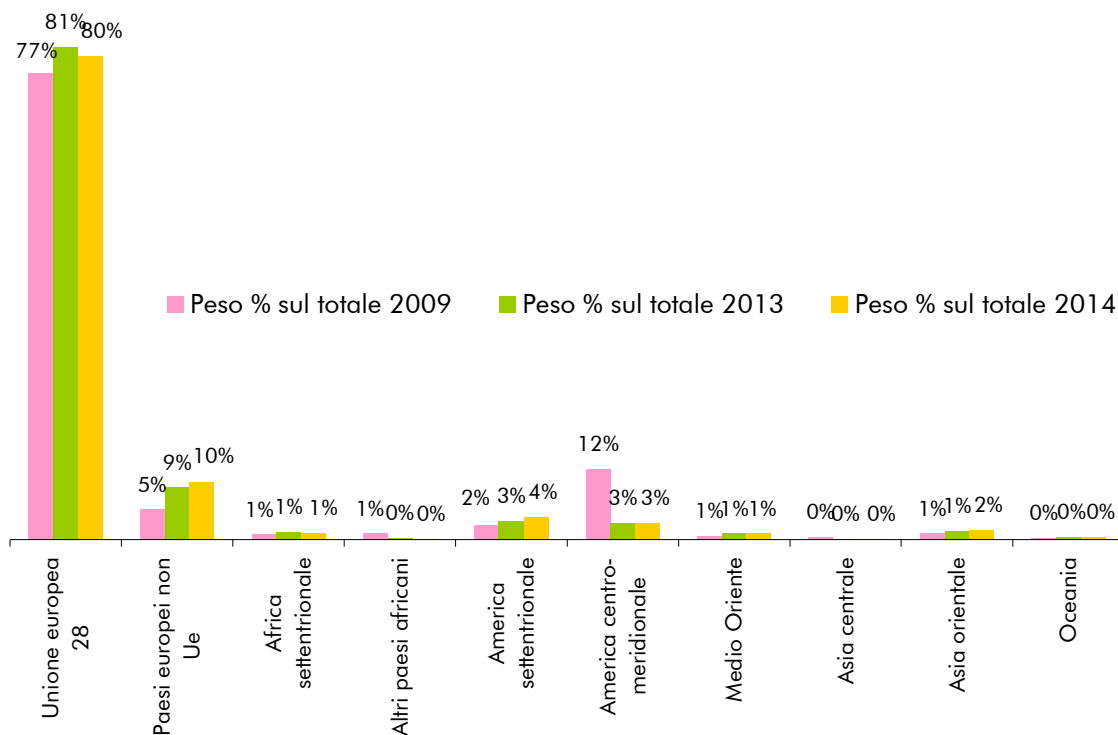
Da quali mercati esteri vengono acquistate le merci che verranno immesse nei canali di distribuzione in Italia per il divertimento dei più piccoli?

La principale area geoeconomica di destinazione è l'Unione Europea a 28 (l'80% dell'export complessivo del settore); seguono, molto più distanziati, i Paesi europei non appartenenti all'UE (il 10%), l'America settentrionale (il 4%) e l'America centro - meridionale (il 3%).

Nel medio periodo sono intervenuti alcuni interessanti cambiamenti nei flussi dal Piemonte di giocattoli all'estero: si è rafforzato il ruolo dei mercati europei, in particolare di quelli extra UE, che hanno raddoppiato il proprio peso, pari oggi al 10%, ma si è ridotta la quota diretta verso l'America centro - meridionale (il 3% a fronte del 12% del 2009), a fronte di una leggera crescita del mercato nordamericano.

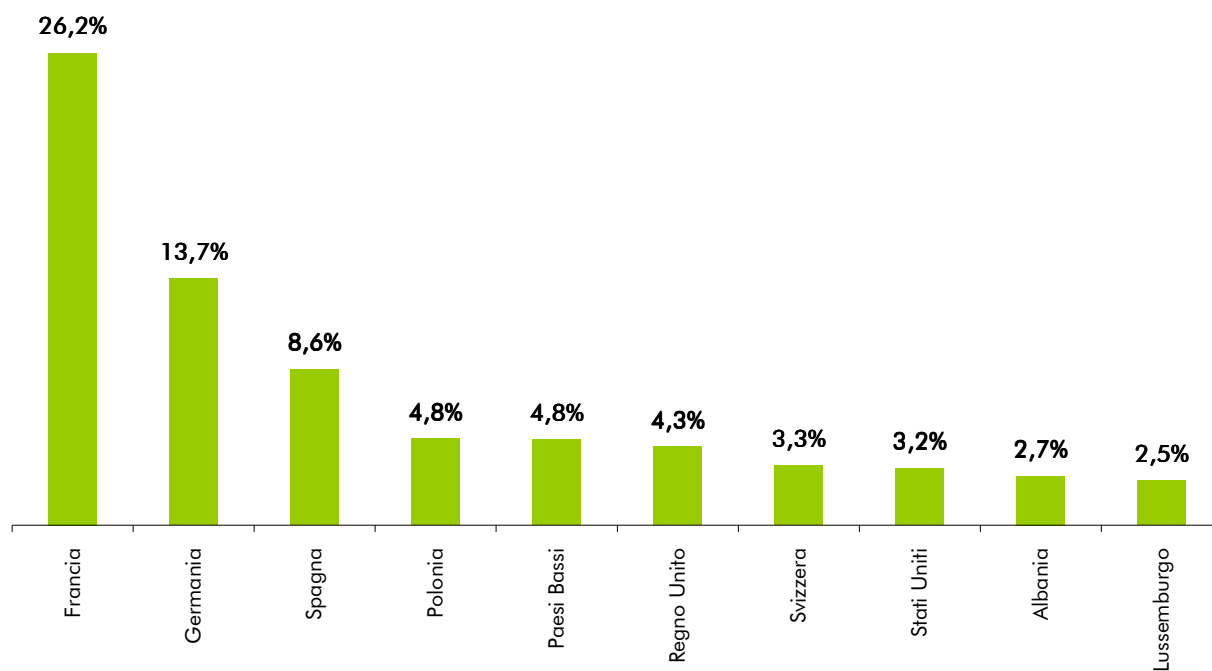
La graduatoria dei principali Paesi destinatari delle esportazioni piemontesi di giochi e giocattoli nel 2014 premia la Francia (il 26% dell'export complessivo), la Germania (il 14%), la Spagna (il 9%), la Polonia e i Paesi Bassi (entrambi con il 5%). Rispetto al 2013, una crescita particolarmente elevata viene realizzata dal Regno Unito - in sesta posizione - (+72%), seguito dai Paesi Bassi (+53%).

**Esportazioni piemontesi di giochi e giocattoli per aree geoeconomiche:  
confronto 2009, 2013 e 2014**



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

**Principali Paesi di destinazione delle esportazioni di giocattoli.  
Anno 2014 (Peso % sul totale)**



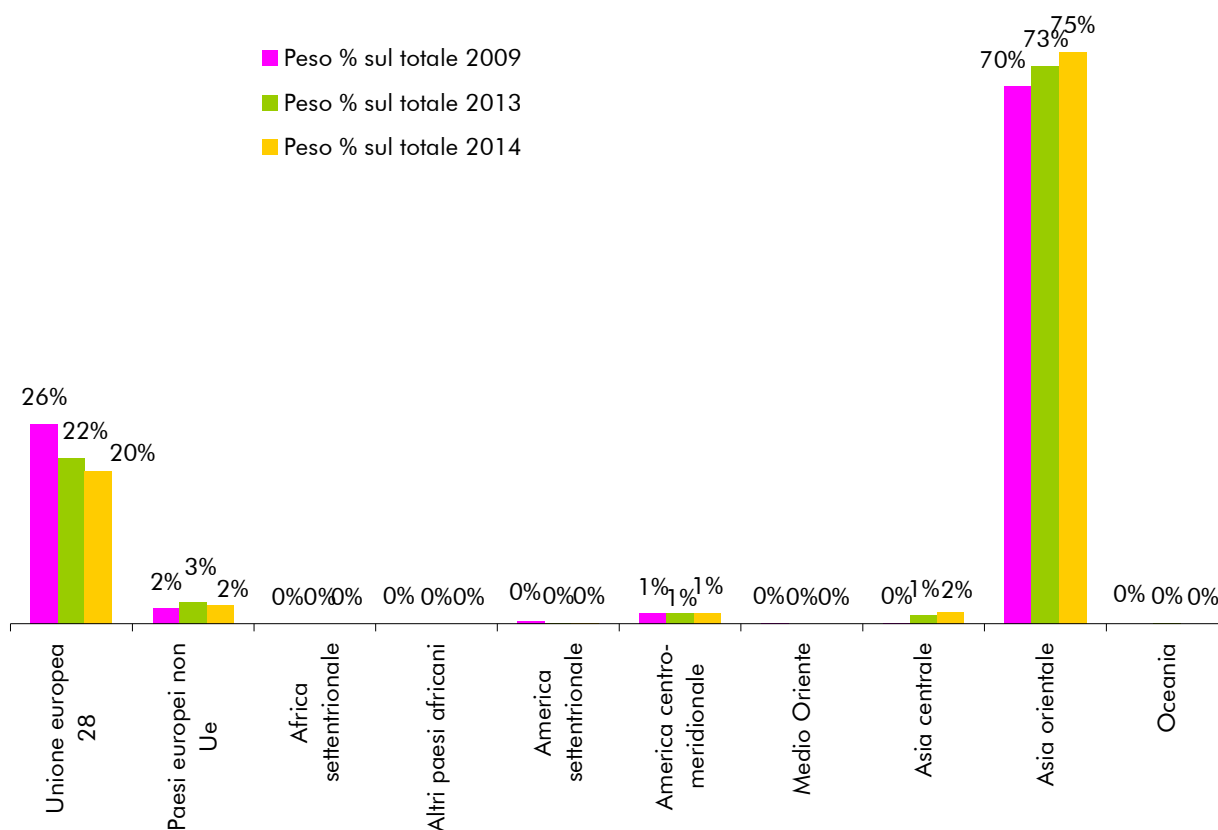
Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

I flussi delle importazioni si immettono invece su altre direttrici: dall'Asia Orientale proviene oggi il 75% dei giocattoli esteri acquistati in Piemonte, in crescita significativa guardando anche solo all'evoluzione di medio periodo. La maggiore espansione sui mercati delle merci asiatiche è avvenuta a discapito della produzione dei paesi dell'Unione europea, passata complessivamente dal 26% del 2009 al 20% del 2014.

Le statistiche recenti, riferite al I semestre 2015, vedono in espansione soprattutto l'America Latina, seppur area di poco peso sull'import regionale complessivo, (+172%), i Paesi europei extra UE (+31%) e, ancora una volta, l'Asia Orientale (+21%).

Il primato asiatico incorona la Cina al primo posto dei principali Paesi da cui il Piemonte importa giochi e giocattoli (il 69% del totale), anche se nel 2014 gli acquisti dalla Cina sono lievitati "solo" del 7%; seguono, a distanza Lussemburgo, la Francia, l'Indonesia e la Germania.

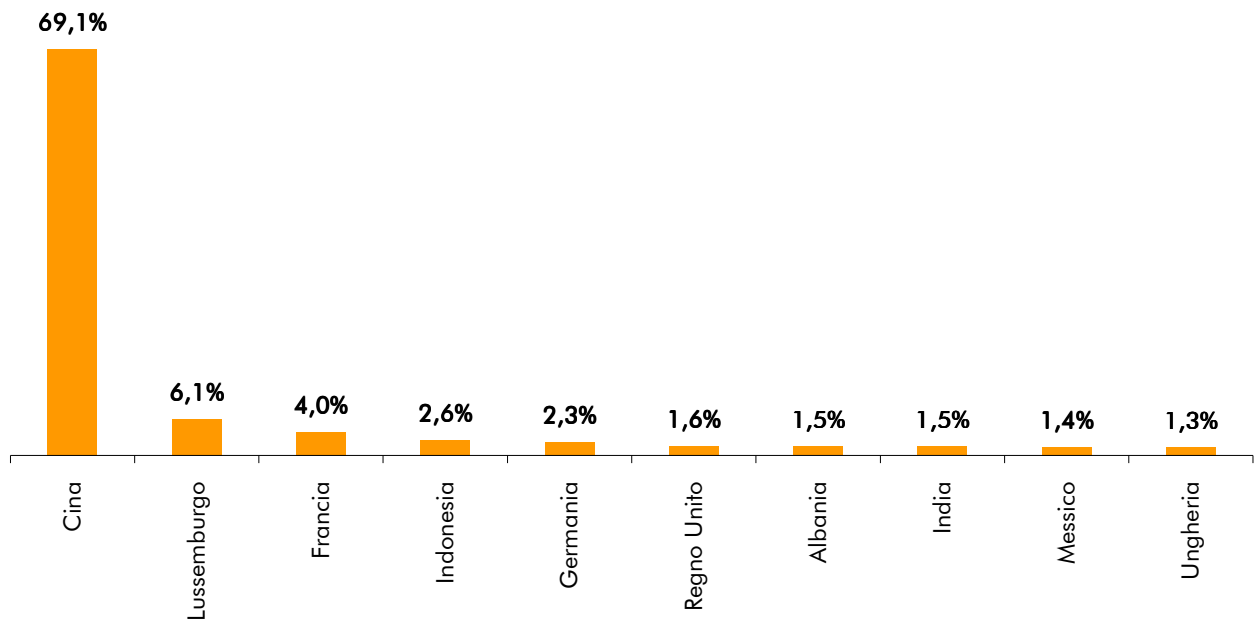
**Importazioni piemontesi di giochi e giocattoli per aree geoeconomiche:  
confronto 2009, 2013 e 2014**



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT



Principali paesi di provenienza delle importazioni piemontesi di giochi e giocattoli. Anno 2014 (peso% sul totale)



Fonte: elaborazioni della Camera di commercio di Torino su dati ISTAT

## Le indagini

A partire dal mese di giugno 2015 è stata avviata un'attività di indagine che ha coinvolto in Piemonte tre diversi cluster: le imprese della fabbricazione di giocattoli, le imprese della distribuzione e alcuni nuclei familiari residenti nell'area piemontese. Con la finalità di monitorare qual è la percezione sulla diffusione di giocattoli contraffatti o comunque "non in regola" da parte dei soggetti intervistati, sono stati costruiti tre distinti questionari, da destinare ai target di riferimento (produttori, distributori, consumatori), somministrati mezzo posta ordinaria per le imprese della produzione e del commercio, e attraverso gli sportelli di alcune associazioni dei consumatori del territorio<sup>12</sup>, che si sono rese disponibili a svolgere tale attività.

In calce al presente rapporto sono allegati i tre questionari utilizzati.

### L'universo imprenditoriale di riferimento

Per la costruzione del campione di produttori e distributori di giocattoli da indagare, è stato consultato il **Registro delle imprese**, l'archivio camerale ufficiale presso il quale è possibile reperire tutte le informazioni anagrafiche delle imprese presenti nel territorio provinciale e regionale.

Vista l'eterogeneità dell'universo di riferimento, in particolare per le imprese distributrici di giocattoli, che spaziano dal classico negozio tradizionale all'ipermercato, ivi inclusi anche esercizi meno specializzati che comunque trattano questa tipologia di prodotti (per es. tabaccherie, cartolerie, farmacie, etc.), l'individuazione delle imprese a cui somministrare i questionari di rilevazione è stata effettuata procedendo con le seguenti modalità:

#### *Imprese produttrici di giocattoli*

- 1) sono state estrapolate dal Registro delle imprese camerale tutte le imprese attive sul territorio piemontese registrate con attività prevalente nel codice ATECO specifico della fabbricazione di giochi e giocattoli (codice Ateco 32.40.20);
- 2) sono state estrapolate dal Registro delle imprese camerale tutte le imprese attive sul territorio piemontese registrate con attività secondaria nel codice ATECO specifico della fabbricazione di giochi e giocattoli (codice Ateco 32.40.20);
- 3) è stata effettuata una ricerca nel Registro delle imprese camerale per parole chiave (per es. \_giocattoli, giocattolo, giochi, etc.), per individuare eventuali imprese non ancora incluse tramite le due precedenti estrazioni.

#### *Imprese distributrici di giocattoli*

- 1) sono state estrapolate dal Registro delle imprese camerale tutte le imprese attive sul territorio piemontese registrate con attività prevalente nel codice ATECO specifico nel commercio al dettaglio di giochi e giocattoli (codice Ateco 47.65.00) e nel commercio all'ingrosso (codice Ateco 46.49.3), escludendo le imprese registrate sia con attività prevalente, sia con attività secondaria nel codice ATECO specifico del commercio ambulante di giochi e giocattoli (codice Ateco 47.89.09).
- 2) sono state estrapolate dal Registro delle imprese camerale tutte le imprese attive sul territorio piemontese registrate con attività secondaria nel codice ATECO specifico nel

---

<sup>12</sup> ADOC Piemonte, Federconsumatori Piemonte e Movimento consumatori di Torino.

commercio al dettaglio di giochi e giocattoli (codice Ateco 47.65.00) e nel commercio all'ingrosso (codice Ateco 46.49.3);

- 3) è stata effettuata una ricerca nel Registro delle imprese camerale per parole chiave (per es. giocattoli, giocattolo, giochi, etc.) per individuare eventuali imprese distributrici non ancora incluse tramite le due precedenti estrazioni

Tutti i nominativi estratti attraverso le tre modalità appena descritte sono stati controllati singolarmente per verificarne l'attinenza con l'obiettivo perseguito dall'attività di ricerca.

Il **database finale** ha conteggiato **oltre 300 imprese attive**, alle quali sono stati sottoposti i questionari di rilevazione.

## **La contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola": il punto di vista del tessuto imprenditoriale piemontese**

### **Alcune caratteristiche del campione indagato**

Sono **oltre 70 le imprese piemontesi (produttori e distributori di giocattoli)** che hanno partecipato all'indagine sulla percezione della diffusione di giocattoli contraffatti o "non a norma", con una *redemption* complessiva pari al 23%.

Le imprese del commercio rappresentano l'85% del campione indagato (con un tasso di risposta pari al 26%), il rimanente 15% è costituito da imprese produttrici (con una *redemption* del 15%).

Se si analizza **l'anno di costituzione** delle imprese siamo di fronte a due realtà imprenditoriali opposte: se il 42% delle aziende indagate è nata nel nuovo millennio, ben il 36,2% si distingue per una storia aziendale longeva (imprese presenti nel territorio da almeno vent'anni).

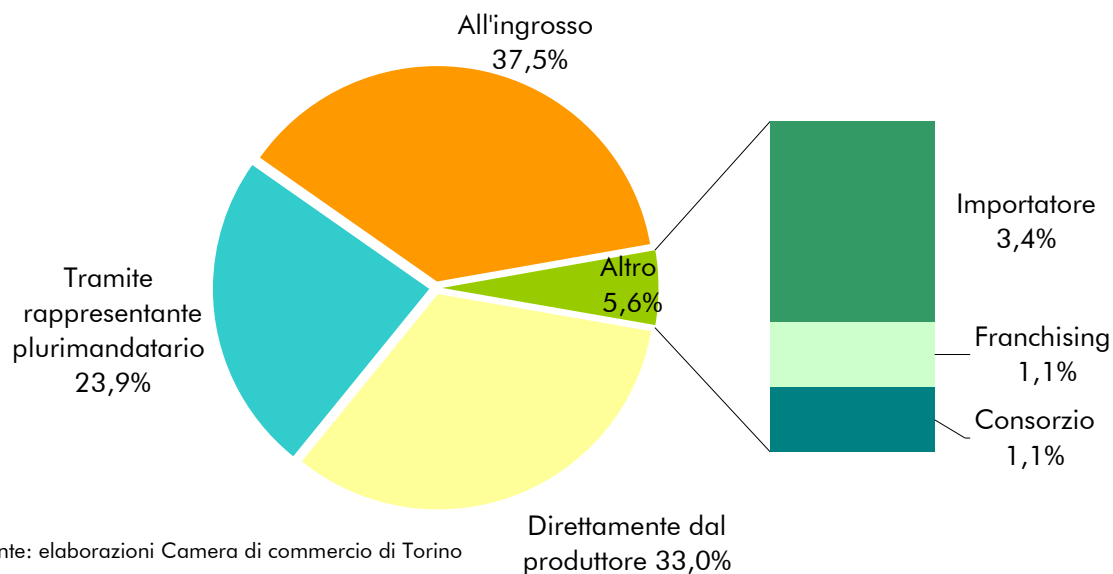
I tre quarti del campione è costituito da **micro imprese** (con meno di 10 addetti); se si considerano solo le aziende produttrici, la maggioranza realizza un fatturato non superiore ai 250 mila euro, mentre circa un terzo produce annualmente un fatturato superiore a un milione di euro.

Le **imprese produttrici** hanno gli **stabilimenti** principalmente in **Italia**, ma un'impresa su tre ha dichiarato di produrre giocattoli anche **all'estero**. Laddove l'impresa è presente oltre i confini italiani, Polonia e Repubblica Ceca risultano essere i primi due Paesi in cui sono presenti stabilimenti produttivi.

Inoltre, il 46% delle imprese ha dichiarato di esportare: Francia e Germania, in questo caso, sono i principali mercati di destinazione dei giocattoli nell'Unione Europea. Quanto ai Paesi Extra UE al primo posto si colloca la Svizzera, seguita dalla Russia. Il continente americano (principalmente con gli USA) e asiatico (con Taiwan) sono invece i principali mercati di destinazione oltre i confini europei.

Quanto alle **imprese del commercio**, **l'approvvigionamento delle merci** avviene principalmente all'ingrosso o direttamente dai produttori. Seguono come fornitori i rappresentanti plurimandatari, mentre gli altri canali (importazione merci, franchising e consorzi) riguardano solo il 6% delle aziende distributrici.

### I principali canali di approvvigionamento delle imprese distributrici piemontesi (valori %)

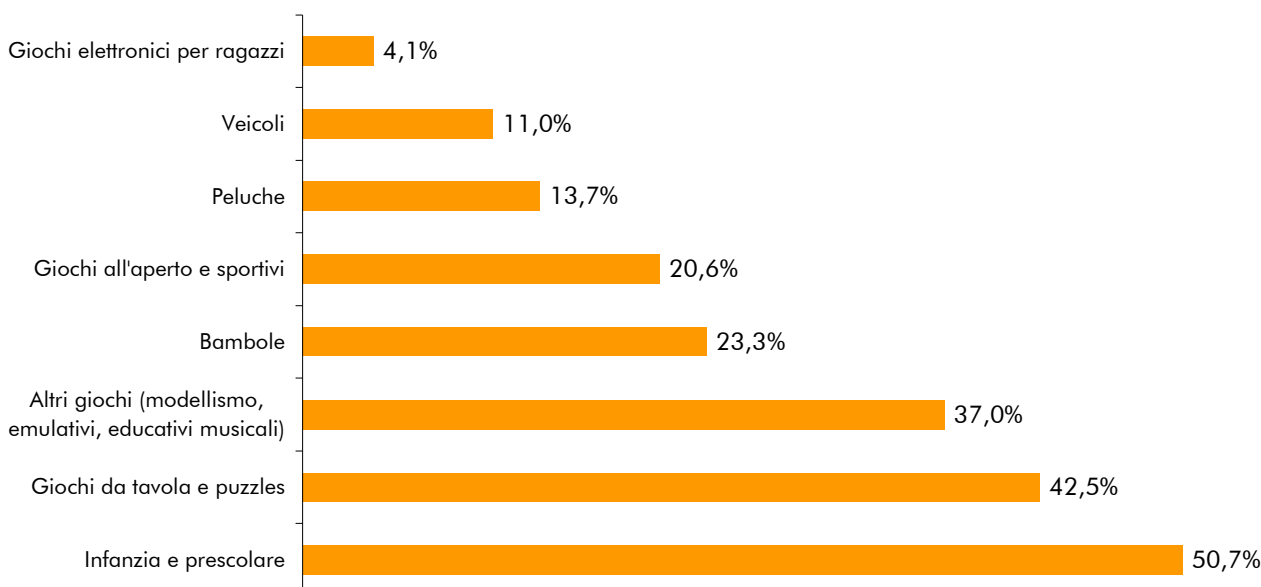


### Uno sguardo d'insieme

Le imprese del territorio **producono e vendono** soprattutto **giocattoli per l'infanzia e per l'età prescolare** (il 50,7% delle risposte), seguiti dai giochi da tavola e puzzles (il 42,5%) e dalla categoria altri giochi (modellismo, emulativi, musicali) che rappresentano il 37% della produzione e della vendita al pubblico. I **giocattoli tradizionali** (peluche e bambole<sup>13</sup>) rappresentano rispettivamente il 20% ed il 13% della categoria, mentre è residuale la percentuale ricoperta dagli altri giocattoli.

<sup>13</sup> La suddivisione dei giocattoli per macrocategorie si riferisce alla classificazione ufficiale adottata dall'NPD group ([www.npd.com](http://www.npd.com)). In particolare, tra le bambole sono compresi anche i personaggi collezionabili.

### Le principali categorie di giocattoli prodotte dalle imprese e richieste dalla clientela (valori % su risposte multiple)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

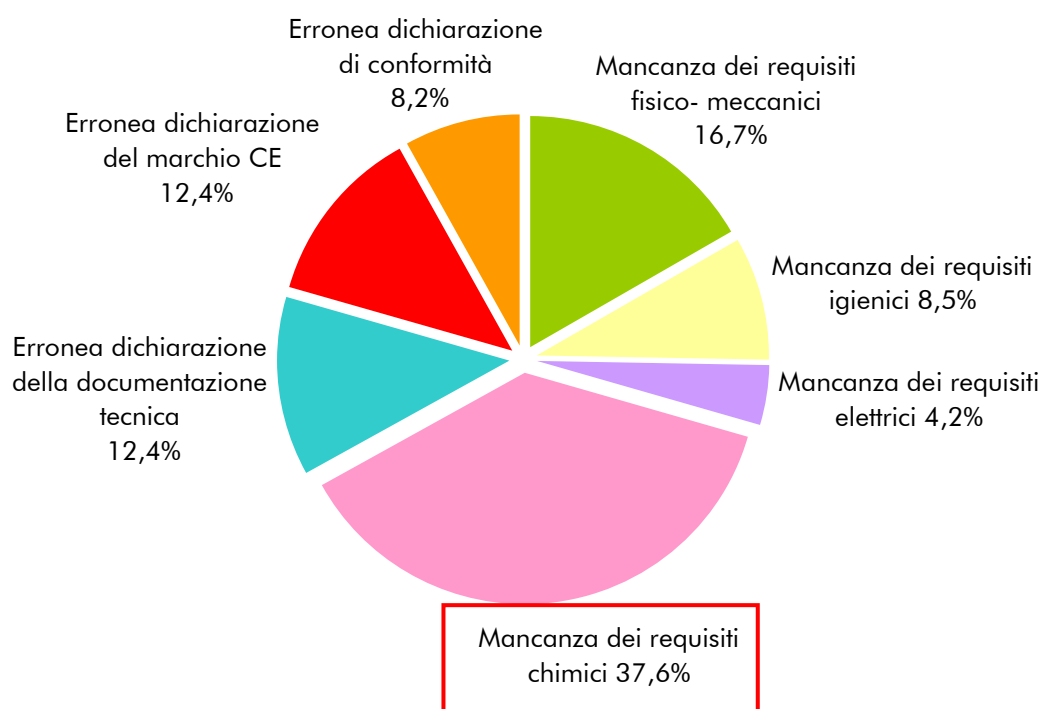
I produttori di giocattoli indagati - con una **valutazione media pari a 6,9** (in una scala da 1 -minima- a 10 -massima diffusione) - percepiscono la **diffusione della contraffazione** nel mercato in cui operano abbastanza elevata. Al contrario, con un **voto medio pari a 4,0** le **imprese distributrici piemontesi** hanno una **percezione del fenomeno** più bassa.

Fabbricanti e distributori concordano sul fatto che qualunque **giocattolo** contraffatto o comunque **"non in regola"**, sia sinonimo di **minore sicurezza**. Per questo motivo la **tutela del consumatore** da un lato, e il **rispetto dei requisiti e degli obblighi normativi** dall'altro, sono elementi importanti cui attenersi nella produzione del giocattolo stesso e, allo stesso tempo, sono i primi requisiti verificati e controllati dai distributori nel momento della vendita in un qualsiasi punto commerciale.

Vista la percezione della diffusione del fenomeno della contraffazione delle imprese, il **29% delle aziende** indagate ha **dichiarato di aver ritirato almeno una volta un giocattolo dalla vendita o dalla produzione perché "non in regola"**.

La **mancaanza dei requisiti chimici** è la principale causa per cui un giocattolo è stato ritirato dal mercato (il 38% delle risposte), cui segue, distanziata, la **mancaanza dei requisiti fisico-meccanici** (17%). L'erronea dichiarazione della documentazione tecnica e del marchio CE sono la terza causa del ritiro dei giocattoli "non in regola".

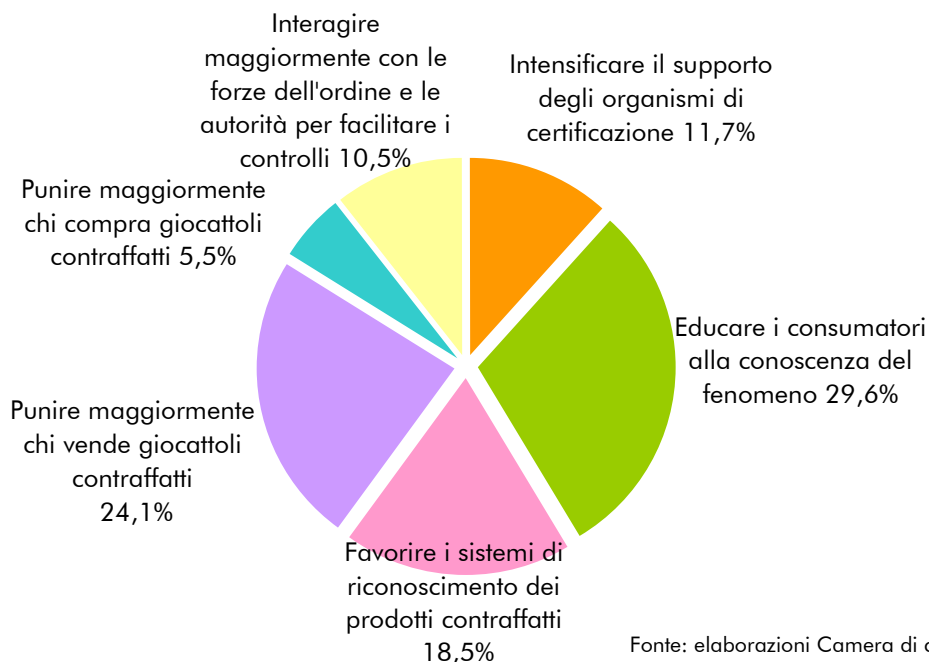
### Giocattoli "non in regola": le principali motivazioni (valori %)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Quali sono le **strategie** più adeguate individuate dalle imprese **per contrastare il fenomeno** della contraffazione di giocattoli? Innanzitutto, **educare i consumatori** alla sua conoscenza ed in particolare informarli sulle conseguenze connesse agli acquisti di articoli "non in regola". Ma anche **intervenire, ponendo chi vende** giocattoli "non a norma" e rafforzando le attività dirette a **favorire i sistemi di riconoscimento dei prodotti non contraffatti**.

### Azioni volte a limitare la contraffazione e la diffusione di giocattoli "non in regola" (valori %)



### Focus: le imprese produttrici

Con un giudizio pari a 6,9 in una scala da 1 (minimo) a 10 (massimo), le imprese produttrici considerano il **fenomeno dei giocattoli non in regola** o contraffatti **abbastanza frequente** nel loro mercato di riferimento.

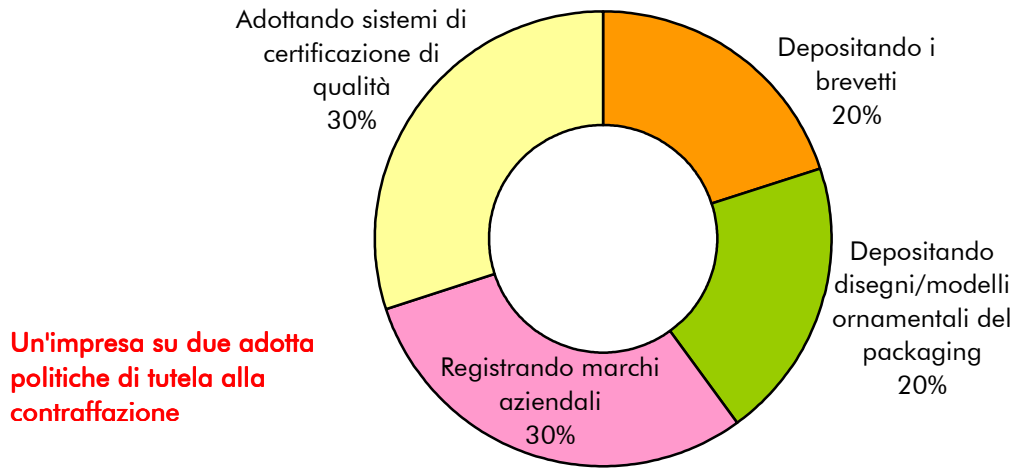
A conferma di questa percezione, le imprese produttrici dichiarano che la protezione dalla contraffazione di giocattoli è importante, attribuendo alla necessità di adottare **un'adeguata politica di tutela** una votazione pari a **8,6** (in una scala da 1-minima importanza- a 10-massima).

A fronte di questi dati, **un'impresa su due** ha dichiarato di adottare adeguati **strumenti di difesa da potenziali casi di contraffazione**. La **registrazione di marchi aziendali** e l'adozione di **sistemi di certificazioni di qualità** sono strumenti utilizzati da un'impresa su tre; il deposito di brevetti e/o di disegni-modelli ornamentali per il packaging riguarda il 40% delle aziende indagate nel complesso.

Quanto agli aspetti prioritari valutati dalle imprese nella produzione dei giocattoli, la **tutela della sicurezza del consumatore** è l'aspetto principale al quale le aziende prestano attenzione nel momento della fabbricazione del prodotto: **la totalità delle imprese** indagate ha infatti affermato che si tratta di un aspetto "molto importante".

Il **rispetto dei requisiti di sicurezza e degli obblighi normativi** è il secondo elemento a cui le imprese prestano "molta" attenzione insieme alla **scelta dei materiali** (entrambi il 91,7%). La domanda di mercato, infine, è un aspetto al quale un'impresa su due presta "abbastanza" attenzione nella scelta di produrre un giocattolo: l'8,3% dichiara anche che si tratta comunque di un elemento "poco" rilevante, se paragonato agli altri aspetti che garantiscono la sicurezza dei consumatori finali.

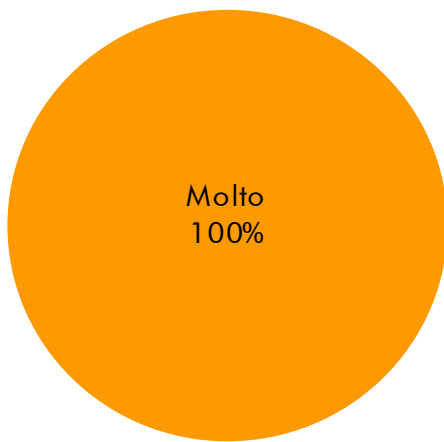
**Le politiche di tutela alla contraffazione adottate dalle imprese produttrici (valori %)**



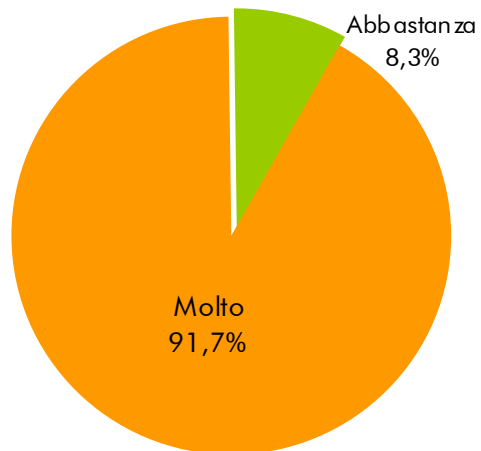
Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

**Gli aspetti principali valutati prioritariamente dalle imprese nella produzione dei giocattoli**

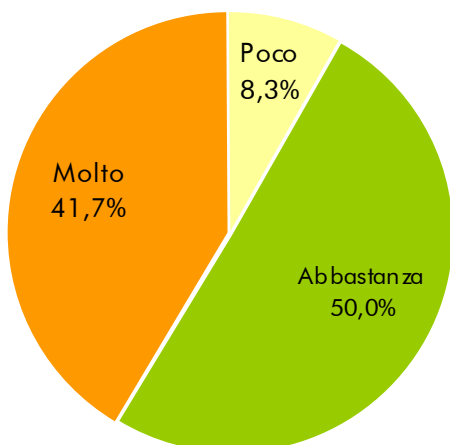
**Importanza della sicurezza del consumatore**



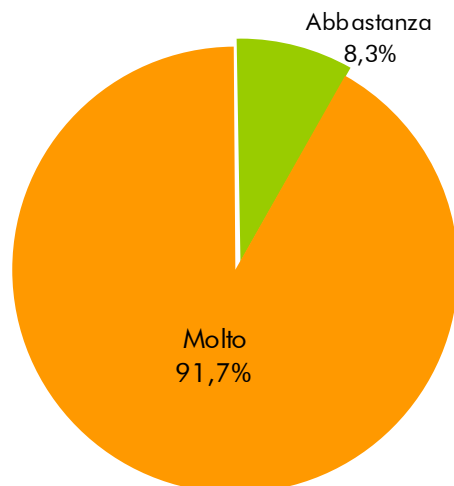
**Rispetto dei requisiti di sicurezza e degli obblighi normativi**



**Domanda di mercato**



**Scelta dei materiali**

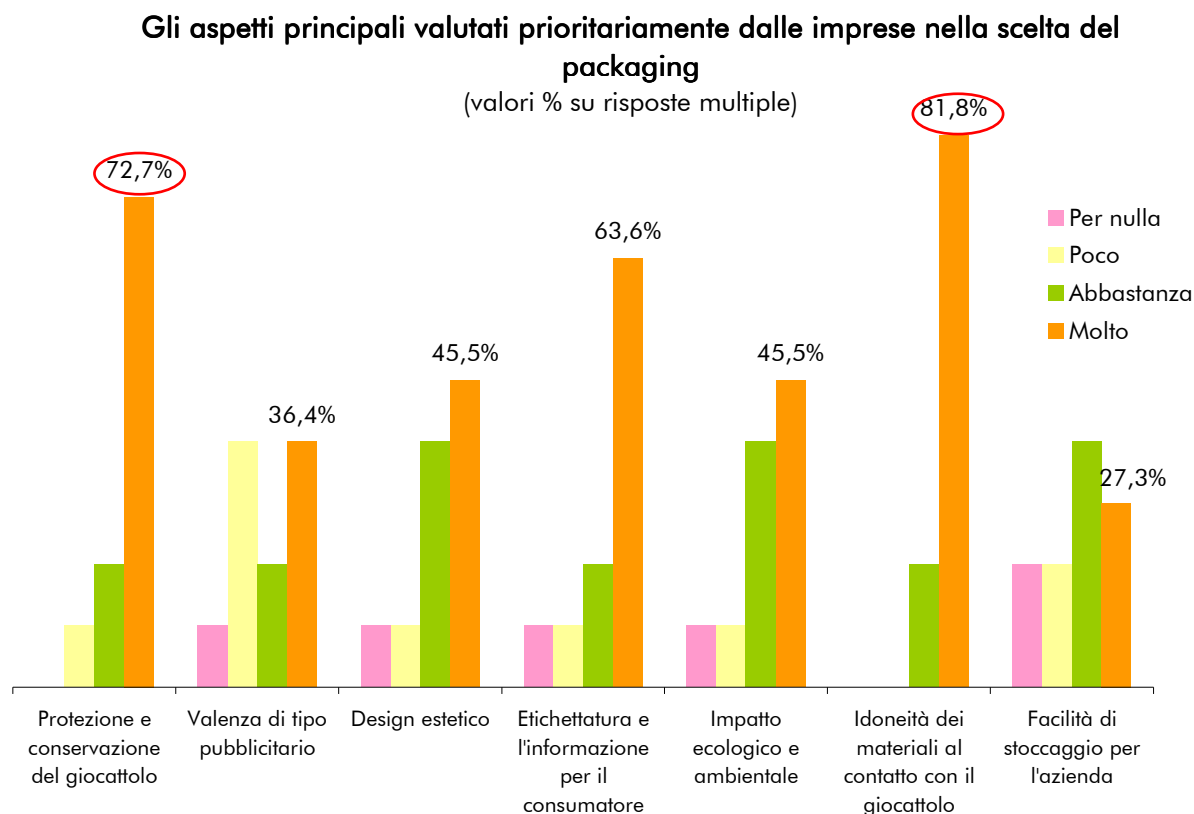




Per quanto riguarda gli aspetti principali valutati nella scelta del **packaging**, al primo e al secondo posto (rispettivamente con l'81,8% ed il 72,7% delle risposte "molto") si collocano **l'idoneità dei materiali al contatto con il giocattolo e la sua protezione e conservazione.**

**Informare il consumatore attraverso un'etichettatura corretta** è il terzo elemento considerato prioritario e che deve essere presente nella confezione del prodotto.

L'appeal estetico, la pubblicità e la facilità di stoccaggio aziendale al contrario, non sembrano essere gli elementi prioritari nella scelta del packaging del giocattolo.



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

A conferma dell'attenzione prestata dalle aziende produttrici nella fabbricazione del giocattolo, **solo due imprese** hanno dichiarato di aver avuto **segnalazioni** dalle Autorità di Vigilanza o direttamente dagli esercenti/consumatori per un **giocattolo "non in regola"**. Le motivazioni hanno riguardato un caso di **erronea dichiarazione del marchio CE** e uno di **erronea redazione della documentazione tecnica**.

### Focus: le imprese distributrici

Con un **voto medio pari a 4,0** (in una scala da 1 - minima - a 10 - massima diffusione), tra le imprese distributrici piemontesi emerge che la **percezione** della diffusione del **fenomeno contraffazione** è più bassa se paragonata a quella delle imprese produttrici.

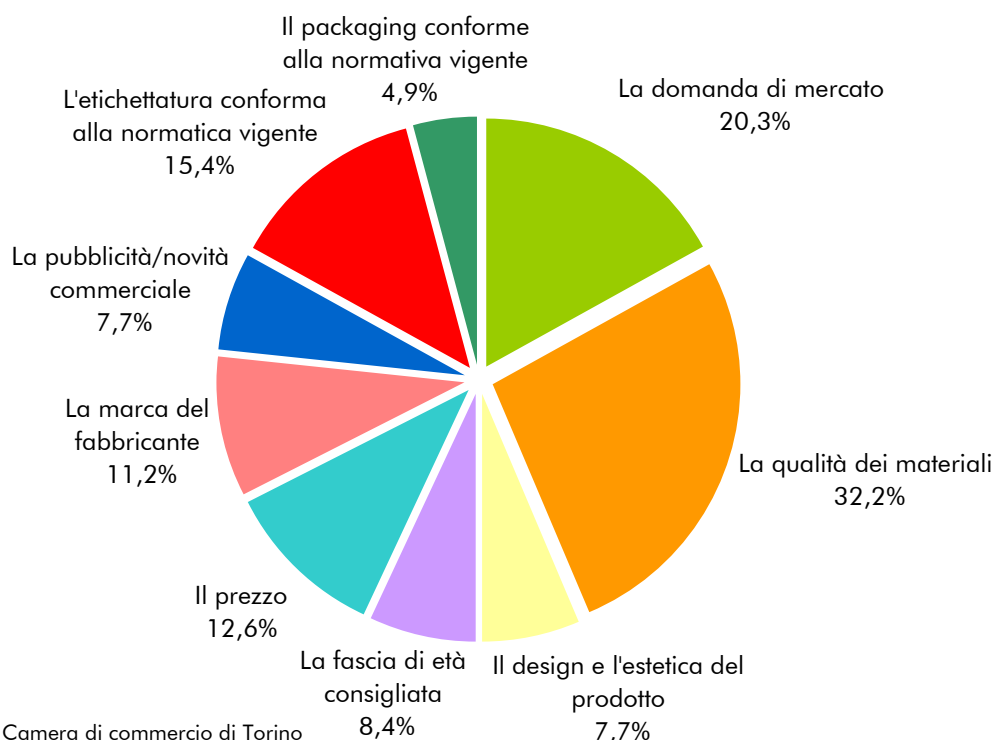
Ciononostante, tra i commercianti si sono verificati alcuni casi di **giocattoli ritirati** dalla vendita perché "non in regola": il 31% delle imprese indagate ha infatti dichiarato di aver tolto dal proprio esercizio commerciale almeno una volta un prodotto. Il **65%** delle segnalazioni è partita **direttamente dalla casa produttrice**, il **22%** dalle **Autorità Competenti**, il **13%** direttamente dalle **imprese distributrici**.

La **mancaza dei requisiti chimici** è la principale causa per cui un giocattolo è stato dichiarato "non a norma", seguita dalla **mancaza dei requisiti fisico meccanici**.

Se si sofferma l'attenzione sugli aspetti principali sui quali si basano le scelte delle imprese distributrici nella **selezione del giocattolo**, tra i primi elementi di valutazione si collocano la **qualità dei materiali** (32,2%) e la **domanda di mercato** (20,3%), così come per le imprese produttrici.

Ai primi posti anche **l'etichettatura conforme alla normativa vigente** (15,4%) mentre la novità commerciale ed il design del giocattolo sono elementi non prioritari per i commercianti.

**Gli aspetti principali valutati prioritariamente dai commercianti nella selezione dei giocattoli**  
(Valori %)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Se si confrontano quelli che sono gli aspetti più importanti per i commercianti, con quelli che, a loro giudizio, sono i principali criteri di scelta della clientela che riforniscono, si notano alcune differenze sostanziali.

Il **prezzo** risulta infatti il **primo elemento che reputano venga valutato dalla clientela** al momento dell'acquisto (il 31% delle risposte contro il 13% dei commercianti); segue la **qualità dei materiali** (che per i commercianti è l'aspetto principale valutato insieme alla domanda di mercato) e la **novità commerciale** che, secondo i commercianti, spinge la clientela ad acquistare un prodotto (il 14,8%), nonostante sia uno degli aspetti meno rilevanti nella selezione dei giocattoli da parte del distributore.

Altro aspetto che a detta di chi vende giocattoli è importante per la clientela, oltre alla marca del fabbricante, è la **fascia di età consigliata**; per contro, la verifica delle normative vigenti in termini di etichettatura e di packaging sembrano essere gli aspetti meno valutati dalla clientela nel momento di acquisto del giocattolo.

## La contraffazione e la diffusione dei giocattoli “non in regola”: il punto di vista dei consumatori

### Il campione di indagine

Grazie all’aiuto delle associazioni di consumatori del nostro territorio<sup>14</sup>, ad alcune famiglie piemontesi è stato somministrato un questionario riguardante il tema della diffusione dei giocattoli contraffatti o comunque “non in regola”. Il campione complessivo ha coinvolto 105 nuclei famigliari residenti nel territorio piemontese. L’indagine che segue, nell’analizzare alcune caratteristiche e condizioni socio-economiche dei nuclei famigliari, tiene in considerazione la figura della persona individuata dalla famiglia come “riferimento del nucleo famigliare”, nella gestione delle spese.

**Nuclei famigliari analizzati**

	Frequenza v.a.	Percentuale
Single	15	14,3
Coppia	25	23,8
Coppia con un figlio	25	23,8
Coppia con più figli	19	18,1
Monogenitore	8	7,6
Altro nucleo	13	12,4
Totale	105	100,0

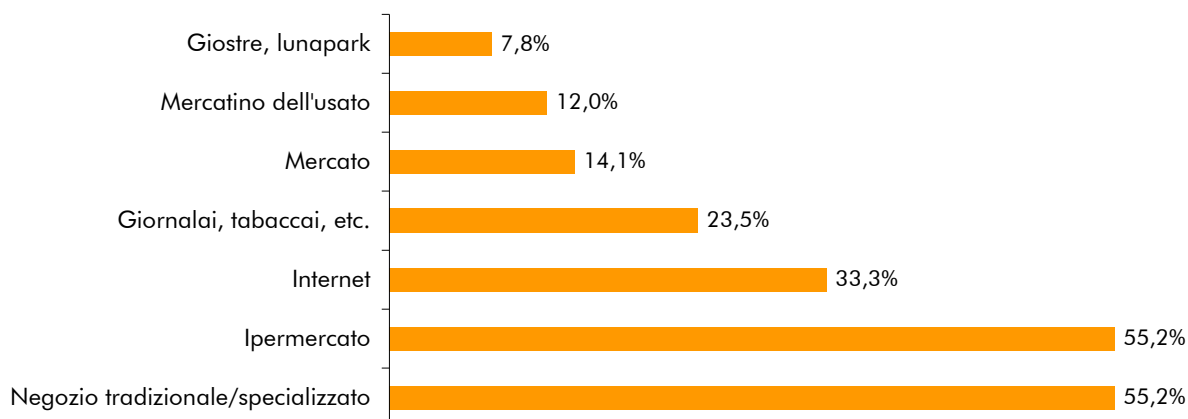
Se si analizzano le caratteristiche della persona di riferimento dei nuclei famigliari indagati, il 42,7% ha un’età compresa tra i 30 e i 45 anni, il 35% si colloca invece nella fascia tra i 45 e 60 anni. Si tratta principalmente di donne (il 54,3%) in possesso di almeno il diploma di scuola media superiore (il 78%).

### Le abitudini di acquisto

**Negozi tradizionali ed ipermercato:** sono questi i **principali luoghi di acquisto** dove le famiglie piemontesi dichiarano di comperare abitualmente i giocattoli per i propri figli o nipoti. Al terzo posto si colloca **Internet** che, con il 33% delle risposte, le famiglie piemontesi ritengono essere un “luogo” di acquisto affidabile per i giocattoli, a differenza di quanto emerso nelle indagini che in passato hanno riguardato altre categorie merceologiche. Al contrario, al lunapark, al mercatino dell’usato o più semplicemente al mercato rionale l’acquisto di giocattoli è più raro: in questi luoghi i consumatori ritengono più probabile incorrere in prodotti poco sicuri e non vengono pertanto considerati come canali abituali di acquisto.

<sup>14</sup> Si ringraziano per il supporto: ADOC Piemonte, Federconsumatori Piemonte e Movimento consumatori di Torino.

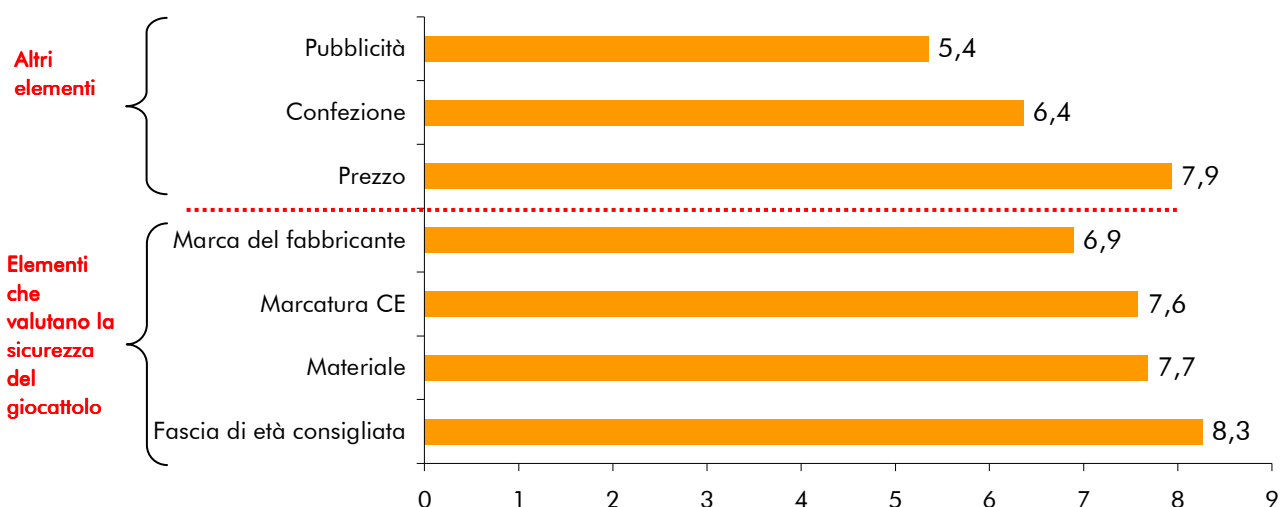
### Luoghi abituali di acquisto di giocattoli (valori % cumulati risposte "Sì, spesso" e "Sì, sempre")



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Dall'indagine emerge una **particolare attenzione** delle famiglie **nella scelta di giocattoli adeguati all'età del bambino a cui sono destinati**: in una scala di importanza da 1 (minimo) a 10 (massimo), la **fascia di età** consigliata - con un voto pari a 8,3 - risulta il primo elemento essenziale per la scelta di un giocattolo. La presenza di fattori legati più genericamente alla sicurezza del prodotto (indipendentemente dall'età del piccolo consumatore finale a cui è destinato), sono considerati altrettanto importanti: con un giudizio pari 7,7 - il **materiale utilizzato** per la costruzione del giocattolo è il secondo elemento al quale gli intervistati pongono maggiore attenzione durante l'acquisto; segue la **presenza della marcatura CE** (voto 7,6). Oltre alla sicurezza intrinseca del gioco, in un contesto economico difficile come quello attraversato ormai da parecchi anni, anche il **prezzo** del prodotto fa la differenza: la maggior parte dei nuclei familiari intervistati dà infatti un peso importante a questo elemento (voto pari a 7,9); al contrario, non viene attribuita particolare rilevanza alla pubblicità o alla novità commerciale del prodotto (5,4).

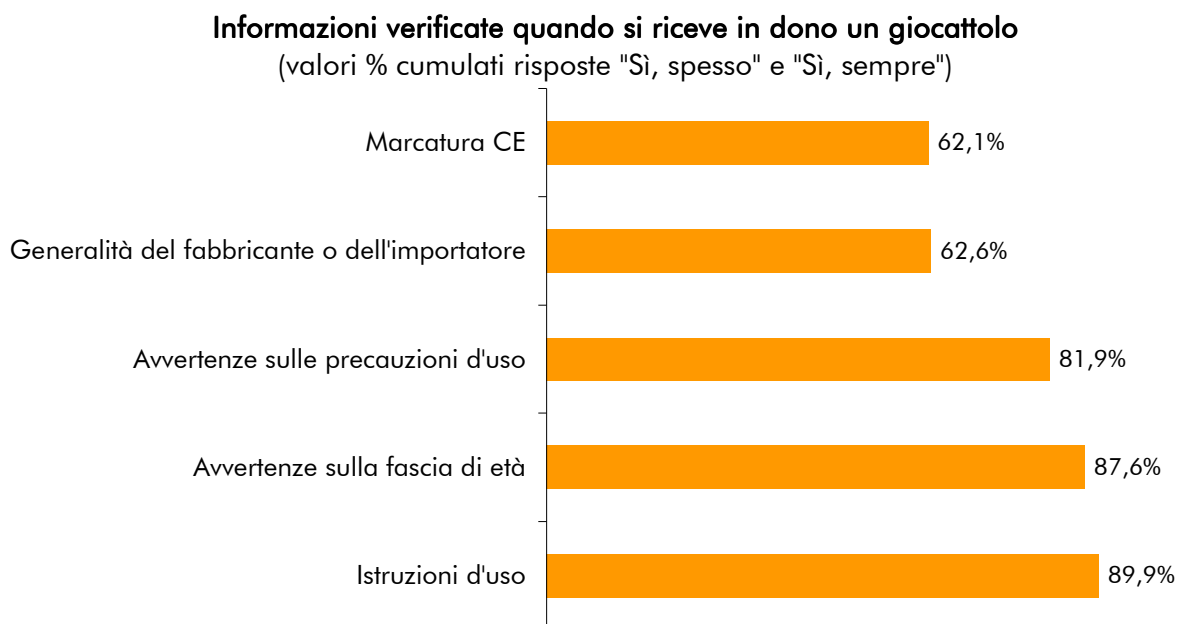
### Quale importanza attribuisce ai seguenti elementi nella scelta di un giocattolo? (giudizio da 1-min- a 10 -max)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Tolte le **istruzioni d'uso**, che vengono consultate quasi sempre dai consumatori (il 90% delle risposte), l'indicazione della **fascia di età** consigliata è uno dei primi elementi che i genitori

controllano nel momento in cui i loro figli ricevono in regalo un giocattolo (l'87,6% delle famiglie), così come **le avvertenze e le indicazioni sulle precauzioni d'uso** (l'81,9%). La presenza della marcatura CE e delle generalità del fabbricante o dell'importatore viene accertata regolarmente rispettivamente dal 62,1% e dal 62,4% dei consumatori.



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Se si analizzano le abitudini di acquisto - volgendo lo sguardo alle **caratteristiche della persona di riferimento del nucleo familiare** - si evidenzia che i consumatori più giovani (meno di 30 anni) sono più abituati ad acquistare giocattoli via web (il 54,5% delle risposte "sì, spesso" e "sì, sempre"), mentre tra i 30 e i 45 anni la propensione ad acquistare nel negozio tradizionale o nell'ipermercato è leggermente più alta se paragonata alla media (rispettivamente il 60,5% e il 61% delle risposte).

Anche il livello di istruzione influisce sulla scelta del luogo in cui comperare un giocattolo: una persona su due, tra chi possiede un diploma universitario o una laurea magistrale/specialistica, dichiara di utilizzare Internet "spesso o sempre" per tali acquisti. Non si evincono, invece, differenze sostanziali nella scelta degli elementi più importanti per l'acquisto di un giocattolo sicuro in base alle caratteristiche della persona di riferimento del nucleo familiare.

Quanto alla **tipologia di famiglia**, il 62,5% delle coppie con un solo figlio dichiara di recarsi al negozio tradizionale "spesso o sempre" per acquistare giocattoli; analogamente, le coppie con più figli (il 75%), affermano di preferire gli acquisti negli ipermercati. Quanto agli elementi considerati prioritari nella scelta dei giocattoli, il materiale utilizzato si colloca al primo posto - con un voto pari a 9,2 - tra i single, seguito dal prezzo (8,8). Tra le famiglie composte da un solo genitore con uno o più figli, la pubblicità/novità commerciale spicca con una votazione pari a 7,5 (contro il 5,4 del campione), così come il design estetico della confezione (8,6 contro il 6,4 del totale).

**La percezione del fenomeno della contraffazione e della diffusione di giocattoli "non in regola"**

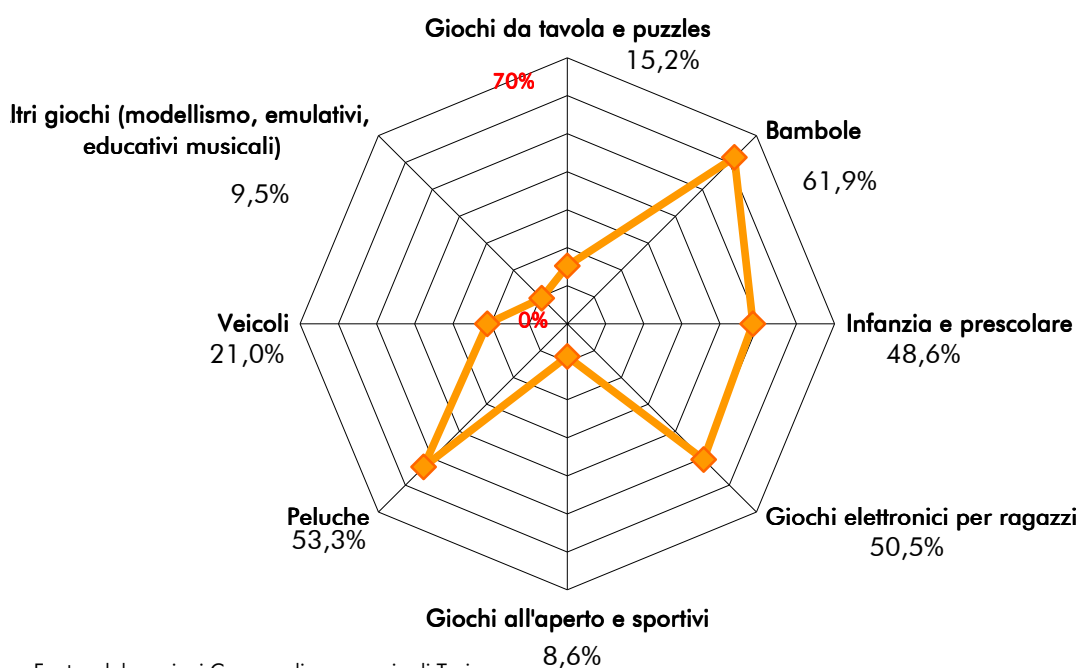
## Quanto è diffusa la produzione di giocattoli "non in regola" o contraffatti?

La domanda è stata sottoposta a tutti i 105 nuclei familiari intervistati, chiedendo loro di quantificare la diffusione del fenomeno in una scala da 1 (minima diffusione) a 10 (massima diffusione). Per le famiglie piemontesi il fenomeno è altamente diffuso e raggiunge un voto complessivo pari al **7,8**. Nessuna famiglia si è espressa con una votazione minore al 4 (nella scala di valutazione) e l'83% degli intervistati ha collocato il suo giudizio tra il 7 e il 10.

Le **bambole**<sup>15</sup>, se contraffatte, sono la prima tipologia di giocattoli potenzialmente più pericolosa o comunque "non in regola", seguita dai **peluche** e dai **giochi elettronici per ragazzi**. Al contrario, i giochi da tavola, all'aperto e sportivi e la categoria residuale (modellismo, giochi musicali, emulativi), non sono ritenuti particolarmente pericolosi dalle famiglie piemontesi se soggetti a contraffazione.

Se si analizza la **tipologia del nucleo familiare**, non si evincono sostanziali differenze nelle classifiche dei giocattoli potenzialmente più pericolosi quando "non in regola": le prime due posizioni, indipendentemente dal nucleo, sono occupate da bambole e peluche seguiti, al terzo e quarto posto, dai giochi elettronici e dai giochi d'infanzia. In analoga misura, le caratteristiche del capofamiglia non influiscono su questa classifica.

I giocattoli potenzialmente più pericolosi se "non in regola"  
(valori% su risposte multiple)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

A conferma dell'elevata diffusione dei giocattoli "non in regola", oltre il **48%** delle famiglie ha dichiarato di aver acquistato o ricevuto in passato "spesso/qualche volta" prodotti non a norma, percentuale che sale al 63,2% tra le coppie con più figli.

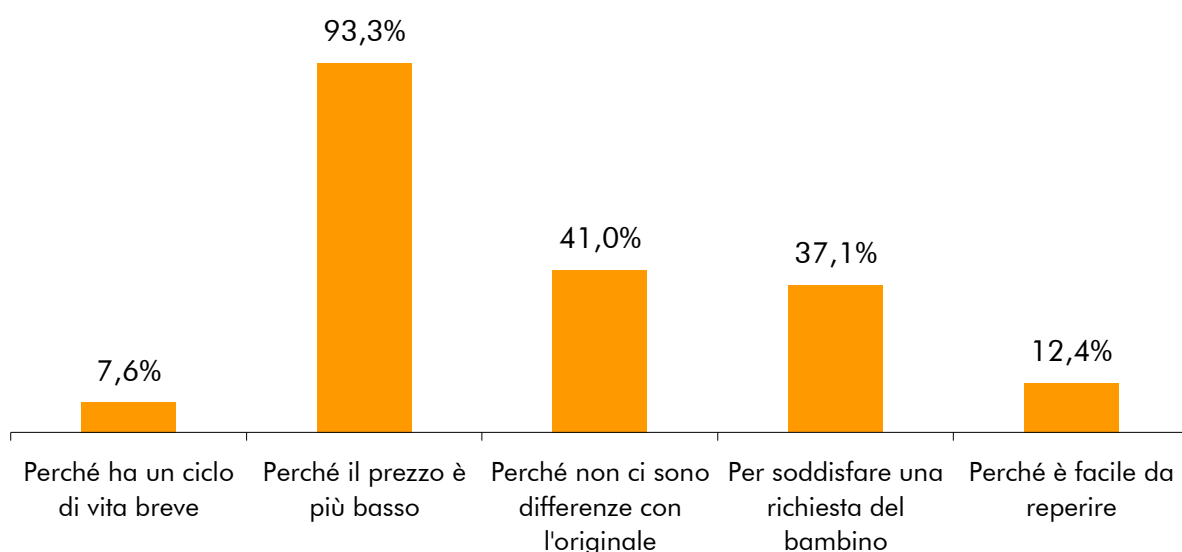
In particolare, i **capofamiglia più giovani** (meno di 30 anni) e quelli con un livello di istruzione meno elevato (**licenza elementare**) hanno dichiarato, rispettivamente nel 72,7% e nel 66,7% dei casi, di aver ricevuto o acquistato in passato giocattoli "non in regola" (risposte cumulate "sì, spesso" e "sì, qualche volta").

<sup>15</sup> La suddivisione dei giocattoli per macrocategorie si riferisce alla classificazione ufficiale adottata dall'NPD group ([www.npd.com](http://www.npd.com)). In particolare, tra le bambole sono compresi anche i personaggi collezionabili.

Al **primo posto**, tra le **motivazioni** che portano all'acquisto di un giocattolo "non a norma", si colloca il **prezzo più basso** del prodotto (con il 93,3% delle preferenze), seguito a distanza dalla **mancanza di differenze apparenti con il prodotto originale** (il 41% delle dichiarazioni). Infine, il 37,1% delle famiglie afferma di poter acquistare un giocattolo contraffatto per **soddisfare una richiesta del bambino**.

Le caratteristiche della persona di riferimento o il tipo di nucleo familiare non influiscono nella classifica delle principali motivazioni che inducono ad acquistare giocattoli non a norma.

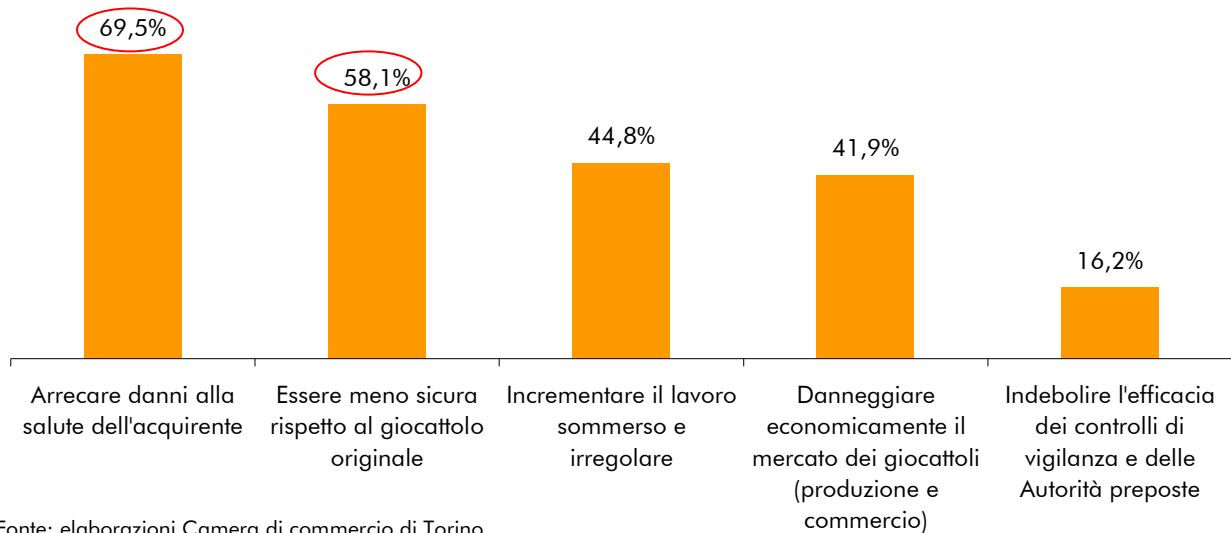
**Motivazioni che inducono ad acquistare un giocattolo "non in regola"** (valori% su risposte multiple)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

I **rischi per la salute** e la **minore sicurezza del prodotto**, come per altre categorie indagate negli anni passati, costituiscono i principali pericoli ai quali i consumatori si sentono esposti in caso di acquisto di giocattoli "non in regola". L'attenzione per eventuali **danni economici per il tessuto imprenditoriale** si pone al terzo posto: per quasi il 42% dei consumatori il commercio di giocattoli non a norma crea principalmente danni alle imprese che producono/vendono legalmente e, di conseguenza, incrementa i posti di lavoro nel mercato sommerso ed irregolare.

### I principali rischi della produzione di giocattoli "non in regola" (valori % su risposte multiple)



Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Le donne e i consumatori tra i 30 e i 44 anni tendono ad essere mediamente più attenti ai danni alla salute che i prodotti non a norma potrebbero arrecare e alla minore sicurezza del giocattolo contraffatto rispetto a quello originale. I capofamiglia con un titolo di studio pari alla laurea triennale e/o specialistica mostrano, invece, una maggiore attenzione rispetto alla media per i possibili danni che la produzione di giocattoli illeciti potrebbe causare al tessuto imprenditoriale piemontese.

### Le politiche di lotta alla contraffazione

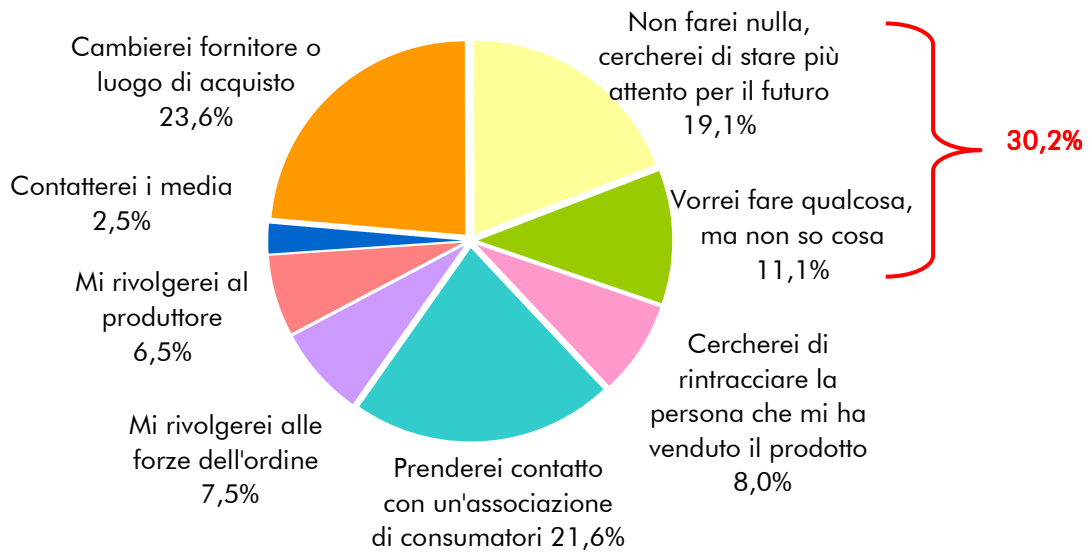
Ai consumatori, infine, sono state rivolte una serie di domande volte ad approfondire le possibili azioni che intraprenderebbero nel caso di acquisti inconsapevoli di giocattoli "non in regola" e, più ad ampio respiro, le eventuali politiche di lotta alla contraffazione che riterrebbero utili per combattere questa piaga.

**Cambiare il fornitore o il luogo di acquisto** è la prima azione che i consumatori attuerebbero nel caso di acquisto inconsapevole di giocattoli contraffatti (il 23,6% delle risposte), seguito, a breve distanza (il 21,6%), dal **prendere contatti con le associazioni dei consumatori** per esporre l'accaduto.

Rimane comunque alta la percentuale dei consumatori (il 19,1%) che afferma che si limiterebbe solo a stare più attento per gli acquisti futuri, cui si somma la quota di acquirenti che dichiarano di voler fare qualcosa, pur non sapendo cosa (l'11,1%): dunque, oltre il 30% degli intervistati **non agirebbe in alcun modo** a fronte di acquisti di merce "non in regola" o contraffatta.



## Azioni in caso di acquisto inconsapevole di un giocattolo contraffatto o "non in regola" (valori %)

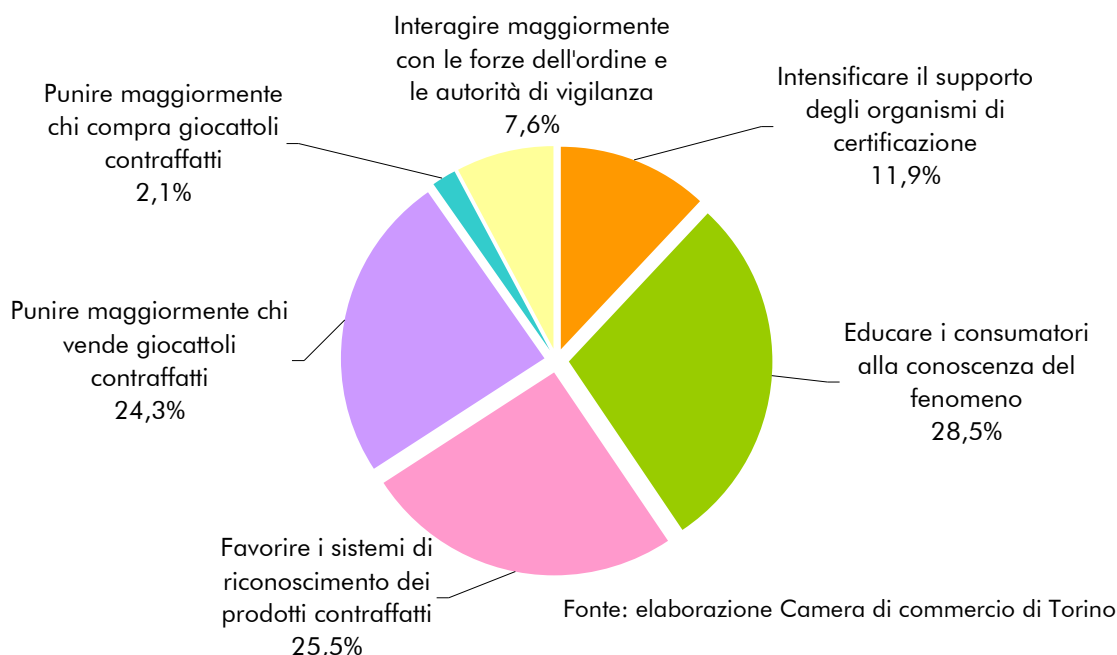


Fonte: elaborazioni Camera di commercio di Torino

Sono principalmente le coppie senza figli a dichiarare che, in caso di acquisti inconsapevoli di prodotti illeciti non farebbero nulla, se non stare più attenti nel futuro (il 26,3% delle risposte per questa opzione). Le coppie con un figlio, invece, affermano che vorrebbero fare qualcosa, senza sapere esattamente cosa (il 36,3% delle risposte a questa domanda).

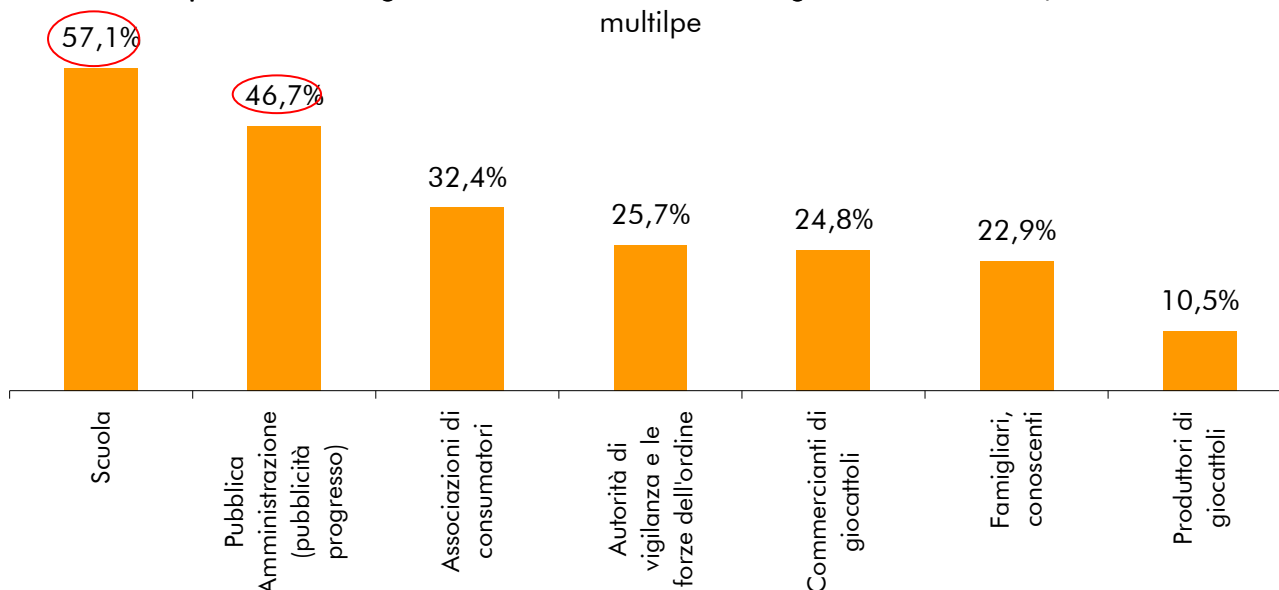
Quanto alle possibili politiche di lotta alla contraffazione, l'**educazione dei consumatori** alla conoscenza del fenomeno per le famiglie è il primo elemento utile per limitare il problema; al secondo posto si collocano i **sistemi di riconoscimento dei prodotti contraffatti** (etichetta elettronica) che per il 25,5% dei consumatori favorirebbero il riconoscimento dei prodotti originali rendendo marginale il fenomeno dei prodotti illeciti. **Punire chi vende giocattoli contraffatti/"non in regola"** si colloca la terzo posto tra le soluzioni possibili per contrastare il fenomeno (il 24,3% delle risposte); al contrario, punire chi compra i prodotti illeciti non sembra essere la soluzione adatta per contrastare la contraffazione (il 2,1%). Sanzionare i venditori di prodotti "non a norma", inoltre, è la soluzione migliore al problema della contraffazione per le coppie con un figlio (il 28% delle dichiarazioni per questa opzione).

**Cosa potrebbe limitare la contraffazione e la diffusione di giocattoli contraffatti o "non in regola"? (valori %)**



L'ultima domanda del questionario ha voluto indagare i canali che i consumatori reputano migliori per **diffondere la conoscenza dei pericoli connessi alla produzione di giocattoli non a norma o contraffatti**. Indipendentemente dal tipo di nucleo familiare e dalle caratteristiche della persona di riferimento, **scuola** (57,1%) e **pubblica amministrazione** (46,7%) sono i due canali più efficaci per divulgare tra i consumatori i rischi connessi all'acquisto di giocattoli non in regola. Al terzo posto si collocano le **associazioni di consumatori** (il 32,4%) seguite dalle autorità di vigilanza e le forze dell'ordine (il 24,8%).

**I canali più efficaci per diffondere la conoscenza dei pericoli connessi alla produzione di giocattoli contraffatti /non in regola- valori % su risposte multiple**



## Le interviste

A completamento dell'indagine dedicata nel 2015 al tema dei giocattoli contraffatti e "non in regola", sono state realizzate 12 interviste a testimoni privilegiati<sup>16</sup> che, a diverso titolo, hanno una conoscenza approfondita del settore della produzione di giocattoli e dei rischi che la contraffazione in questo comparto può determinare: si tratta di rappresentanti di associazioni di categoria e di consumatori, di autorità di vigilanza e forze dell'ordine, di produttori e designers, ma anche avvocati e psicologi, che hanno condiviso la loro opinione sul mondo dei giocattoli e sugli strumenti atti a proteggerlo e valorizzarlo.

Attraverso la somministrazione di un set comune di quattro domande, è stato possibile far emergere interessanti e costruttivi punti di contatto fra mondi e dimensioni professionali che, ad un primo sguardo, potrebbero risultare estremamente lontani.

Sono state formulate le seguenti domande:

- 1) Com'è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?
- 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro
- 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?
- 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Ad emergere è una comune visione sulla **centralità della sicurezza del giocattolo**, in particolare per il target di utenza cui è destinato, ma gli spunti che derivano sono numerosi e descrivono una preziosa complementarità di vedute, utile anche all'elaborazione congiunta di politiche di lotta alla contraffazione e di parallele azioni di sensibilizzazione della cittadinanza.

Prima di affrontare la questione "sicurezza", è stato chiesto ai testimoni intervistati di raccontare i cambiamenti registrati nel corso dell'ultimo decennio nel mondo dei giocattoli. La **crescente diffusione del fenomeno del digitale** ed un incremento della componente tecnologica nel mondo dei giocattoli rappresenta forse il più evidente e tangibile cambiamento registrato da questo settore produttivo e le interviste sono state pressoché unanimi nel confermare questo trend. Questa evoluzione tecnologica del mondo dei giocattoli testimonia un fenomeno che sicuramente è esteso alla società nel suo complesso, ma nel settore della produzione di giochi e giocattoli ha portato con sé alcune specifiche conseguenze. Dal punto di vista normativo, si è reso necessario accelerare i tempi per un **affinamento delle disposizioni legislative** che normano la produzione di giocattoli, giungendo nel 2009 alla redazione da parte dell'Unione Europea alla "Direttiva sulla sicurezza dei giocattoli".

---

<sup>16</sup> Uno speciale ringraziamento va a tutti coloro i quali hanno fornito con professionalità e passione la loro testimonianza: Paolo Taverna (Assogiocattoli), Stefano Quercetti (Quercetti & C S.p.A.), Andrea Ruschetti (La Nuova Faro S.R.L.), Roberto Testa (Soremartec Italia s.r.l. - Ferrero Group), T.Col. Pietro Romano (S.I.A.C.), Donato Rosa (Agenzia delle Dogane), Claudio Bergonzi (INDICAM), Alessandro Mostaccio (Movimento Consumatori), Emanuela Truffo (Jacobacci & Associati), Patrizia Scarzella (DComeDesign), Pierpaolo Barra (Profilodesign), Gabriella Gilli (Università Cattolica).

Per quanto attiene, invece, al rapporto dei bambini con giocattoli ad elevato contenuto tecnologico, sembra che da un canto esso porti con sé il **rischio di limitare l'uso della creatività e della fantasia** rispetto ad un giocattolo tradizionale e di ridurre lo scambio sociale; tuttavia, dall'altra, possiede alcuni importanti aspetti positivi, quali la **praticità d'uso** e la facilitazione nell'acquisizione di **nuove abilità cognitive**.

**Com'è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?**



Il secondo e più sentito fenomeno che riguarda questo spicchio produttivo è legato all'**esplosione delle attività di licensing** e agli effetti che la penetrazione di grandi brand commerciali ha prodotto nel mondo dei giocattoli, sia per quanto riguarda i trend di mercato, sia per l'inevitabile aumento dei rischi legati alla contraffazione del marchio. Infine, è evidente un cambiamento che ha riguardato la **produzione - oggi "globale"**, con importanti effetti sul trasferimento di know how in nuove aree del mondo - e la **distribuzione** che oggi viene realizzata mediante numerosi e molto **diversificati canali di vendita** - da Internet, al Toy stores, ai negozi "di nicchia" - ed è destinata anche a nuovi ed emergenti mercati.

Anche l'identificazione di parole chiave volte a definire **cosa sia un giocattolo "sicuro"** ha consentito di individuare punti comuni nelle diverse testimonianze.

**Certificazione e tracciabilità della filiera** sono i punti cardine per identificare un giocattolo che possa dirsi "sicuro". L'esistenza di una filiera di produzione tracciabile, così come la più recente normativa prevede, tutela la sicurezza del consumatore, poiché viene acquistato un prodotto identificato da un lotto di produzione o identificabile grazie ad informazioni chiare sul fabbricante. A porre il "sigillo", vi è poi la certificazione del prodotto, in primo luogo la marcatura o dichiarazione CE di conformità, volta a garantire la conformità alla legge e l'autenticità del giocattolo. E' evidente, quindi, che dalla tracciabilità e certificazione di un giocattolo discendono a cascata altri importanti elementi che garantiscono chi acquista e utilizza un giocattolo: il rispetto di precisi standard di produzione, la cura con cui il prodotto è stato progettato e confezionato - anche in termini di design estetico e funzionale - nonché

la trasparenza e chiarezza delle informazioni sull'uso, sul target di destinazione, ma anche sull'origine del giocattolo e delle materie prime utilizzate.

E' dunque l'insieme di tutti questi elementi ad essere indice di un giocattolo sicuro, che l'acquirente sul mercato può riconoscere anche grazie alla scelta di luoghi d'acquisto specializzati e di marche che garantiscano la qualità del prodotto.

### Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro



L'importanza di definire i requisiti essenziali di un giocattolo sicuro è fondamentale per **limitare i rischi** che potrebbero invece derivare dall'acquisto di un giocattolo che non è in regola e che pertanto sicuro non può essere. Un giocattolo non in regola possiede anzitutto una sua **pericolosità intrinseca**, poiché può provocare un **danno per la salute** nel breve e nel lungo termine, in particolare se si considera la **fascia d'età degli utenti**, che difficilmente sono in grado di adottare particolari precauzioni d'uso. Spesso, inoltre, un giocattolo non in regola **non contiene informazioni e istruzioni** chiare per chi acquista, e non rende edotti dei rischi che si possono correre a seguito di un utilizzo improprio del giocattolo. Vi sono poi alcuni **rischi indiretti**, che intervengono a livello **ambientale** - l'inquinamento prodotto per l'utilizzo di sostanze tossiche - ed **economico**: l'erosione del mercato distributivo e il rafforzamento dell'industria del falso e della criminalità.

Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

Mancanza di informazioni e conoscenza

Pericolo per la salute

Danno per l'economia

Inquinamento

Rafforzamento criminalità e industria del falso

In ultimo, dopo aver inquadrato il mondo dei giocattoli ed aver distinto gli elementi che ne garantiscono la sicurezza da quelli che possono rappresentare un rischio, è stato chiesto ai testimoni intervistati quale sia, a loro parere, il **metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola.**

Grande importanza viene riconosciuta a **strumenti di carattere preventivo**, che coinvolgano in primo luogo i **cittadini**: azioni di sensibilizzazione, campagne di responsabilizzazione, ma anche una maggiore collaborazione ed interazione dei consumatori con le associazioni di categoria e le autorità. **L'informazione** del consumatore, ma anche degli organismi di controllo e delle imprese mediante costanti **aggiornamenti sulle disposizioni normative**, è dunque strategica nel rafforzare la lotta alla contraffazione di giocattoli. Tuttavia, è altresì importante **rafforzare la collaborazione** fra i soggetti che, a diverso titolo, sul territorio nazionale possono intervenire per limitare la produzione di giocattoli non in regola - produttori, importatori e distributori da un canto, enti, autorità e associazioni di categoria dall'altro. **Oltre frontiera**, la cooperazione deve essere internazionale, incrementando efficienza ed efficacia delle procedure di controllo ai confini e coinvolgendo maggiormente i Paesi di origine delle merci nella lotta a fenomeni contraffattivi. **Dal lato repressivo**, le autorità preposte hanno il compito di effettuare controlli ad ogni livello - dalla produzione, all'importazione, al commercio - e, dove possibile, di affinare analisi di rischio che consentano di intercettare traffici illeciti di giocattoli contraffatti e non in regola, prima che vengano immessi sul mercato.

**Ciascun soggetto ha dunque un'elevata responsabilità**: il fabbricante, dallo sviluppo di adeguate analisi di risk assesment al rispetto di elevati standard di produzione; l'importatore ed il distributore - che hanno il compito di immettere sul mercato giocattoli sicuri e in regola; infine, i consumatori - che devono effettuare acquisti consapevoli, ricercando nel giocattolo i necessari requisiti di sicurezza e qualità.

Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione  
e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Informazione, sensibilizzazione,  
responsabilizzazione dei cittadini

Recupero delle risorse e cooperazione internazionale

Rafforzamento procedure di controllo

Aggiornamento con normative

Prevenzione, repressione e criminalizzazione

Cooperazione fra attori

# La Parola Agli Esperti

Paolo Taverna, Assogiocattoli

Stefano Quercetti, Quercetti & C S.p.A.

Andrea Ruschetti, La Nuova Faro S.R.L.

Roberto Testa, Soremartec Italia s.r.l. - Ferrero Group

T.Col. Pietro Romano, S.I.A.C., Guardia di Finanza

Donato Rosa, Agenzia delle Dogane

Claudio Bergonzi, INDICAM

Alessandro Mostaccio, Movimento Consumatori

Emanuela Truffo, Jacobacci & Associati

Patrizia Scarzella, DComeDesign

Pierpaolo Barra, Profilodesign

Gabriella Gilli, Università Cattolica





Paolo Taverna  
ASSOGIOCATTOLE



### 1) Com'è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Tre sono i fatti fondamentali che hanno coinvolto il settore del giocattolo dal 2005 ad oggi: l'introduzione di una nuova Direttiva sulla sicurezza dei prodotti immessi sul mercato, un profondo cambiamento della distribuzione e la sempre più forte integrazione tra prodotto tradizionale e fenomeno digitale.

Per il primo aspetto, l'ulteriore **affinamento delle norme**, che seguono la naturale evoluzione dell'utilizzo delle materie prime e dei processi produttivi, fa sì che sul mercato comunitario si continuino ad immettere giocattoli sicuri; inoltre la tracciabilità dei prodotti e le aumentate responsabilità degli operatori economici contribuiscono ad aumentare il livello di sicurezza. Per quanto attiene alla **distribuzione**, oltre al fenomeno dell'**e-commerce** che sta cambiando le modalità di acquisto (anche se siamo ancora dietro a UK, Francia e Germania lo shopping on line sta crescendo esponenzialmente), in Italia assistiamo ad un fenomeno che sembra in controtendenza rispetto ad altri paesi europei: fermato il fenomeno della chiusura dei tanti negozi di giocattoli, soprattutto quelli presenti nei centri storici, negli ultimi anni stanno aprendo diversi punti vendita, tutti con specificità e punti di forza (servizio, gamma...) per contrastare la grande distribuzione.

Infine, prodotti come tablet per bambini, applicazioni di realtà virtuale, interazione tra personaggi fisici e riproduzione a video stanno caratterizzando le offerte delle principali aziende: il **digitale** fa parte ormai del nostro mondo e il giocattolo, che altro non è se non la riproduzione del mondo reale, va di pari passo.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

**Chiarezza:** del prodotto (so cosa mi sto comprando), dell'etichetta, della documentazione di supporto.

**Tracciabilità:** se ho un problema so dove rivolgermi.

**Bellezza:** l'estetica è soggettiva solo fino a un certo punto; i canoni li abbiamo nel nostro DNA, appliciamoli anche agli acquisti che facciamo.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

Un giocattolo può essere "fuori norma" perché non riporta tutte le indicazioni che dovrebbe e qui il rischio è di **non essere informati** su qualche particolare o sulle migliori modalità di utilizzo; ma se è "fuori norma" perché è stato realizzato con prodotti che non possono essere utilizzati, perché scientificamente è stato provato che potrebbero essere pericolosi, allora a rischio è la **salute di chi gioca** con quei prodotti. Nel primo caso ci saranno delle sanzioni per chi ha immesso sul mercato i prodotti; nel secondo l'operatore economico disonesto rischia pene severe e il prodotto viene ritirato dal mercato; fortunatamente gli organismi di controllo vigilano attentamente su questi aspetti.

**4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?**

**L'informazione**, a più livelli. Per le aziende, in modo tale che siano sempre aggiornate sulle normative che man mano entrano in vigore; per gli organismi di controllo, affinché sappiano costantemente su quali aspetti intervenire e con quali parametri; per il consumatore, così che sappia cosa acquistare e come comportarsi in caso si riscontrino dei problemi su un giocattolo.

**ASSOGIOCATTOLI**     [www.assogiocattoli.it](http://www.assogiocattoli.it)

Paolo Taverna è il Direttore Generale di Assogiocattoli. L'associazione, che rappresenta i produttori e gli importatori di giochi, giocattoli, articoli di puericultura e addobbi per le feste, da sempre lavora al fianco delle istituzioni, sia nazionali che europee, e degli organismi di controllo, contribuendo con la propria struttura e con le aziende associate a diffondere la conoscenza della sicurezza dei giocattoli e la cultura degli aspetti educativi del gioco.



giocare intelligente.

Stefano Quercetti  
QUERCETTI & C. S.p.A.



### 1) Com'è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Sicuramente la costante crescita del **fenomeno del digitale** nella nostra vita di tutti i giorni influenza anche il mondo dei bambini e dei giocattoli di conseguenza. Oltre ai giochi elettronici che ormai sono sul mercato – sempre più raffinati – da oltre un ventennio, assistiamo alla diffusione dei nuovi prodotti che contemplan una sempre più stretta integrazione con il fenomeno digitale, fino ad arrivare alla realtà aumentata. Accanto a questi però c'è una **riscoperta del giocattolo tradizionale**, con valori educativi forti che fanno ben sperare nell'evoluzione del rapporto genitore-giocattolo-bambino: giocare di più assieme ai nostri figli è l'obiettivo che ci dobbiamo porre.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

**Certificato** (dietro alla marcatura CE c'è un processo complesso e molto ben definito);

**Tracciabile**, e la nuova normativa lo assicura;

**Pulito**, in tutti i sensi.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola

Il "target" cui ci rivolgiamo quando produciamo, importiamo e vendiamo giocattoli, è molto sensibile, sono i bambini. Lasciare ad un bambino un prodotto anche solo potenzialmente non sicuro è da irresponsabili. Così come saremmo irresponsabili noi produttori se non seguissimo nelle nostre condotte produttive tutti i criteri per ottenere dei prodotti assolutamente sicuri. **Chi distribuisce giocattoli contraffatti e non sicuri è un irresponsabile.**

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Tenersi sempre **aggiornati sulle normative in vigore** e lavorare a stretto contatto con l'Associazione per ottenere e fornire costantemente informazioni utili anche al controllo del mercato. Continuare a **produrre e distribuire giocattoli di qualità**, a tutti i livelli, in modo che sia il consumatore stesso a rendersi conto delle differenze – qualitative, estetiche, documentali - e scegliere prodotti sicuri.

**QUERCETTI & C. Spa** [www.quercettistore.com](http://www.quercettistore.com)

Quercetti è un'azienda italiana che produce giocattoli in Italia ininterrottamente da più di 60 anni. Nasce agli inizi degli anni '50 dall'intuizione del fondatore Alessandro Quercetti. Oggi, è alla seconda generazione e continua con entusiasmo e tenacia l'impresa di famiglia sulle stesse basi di allora, cioè fare giocattoli che parlano le parole dei bambini e delle loro reali esigenze di crescita, e non quelle del marketing.

Tutto il lavoro è svolto all'interno dell'unica sede di Torino con un controllo diretto, a 360 gradi, sui processi produttivi, sulle tecnologie e sui materiali impiegati. Ideazione, concept, ingegnerizzazione, rendering, costruzione stampi, stampaggio ad iniezione, assemblaggio, packaging, confezionamento, immagazzinamento, spedizione prodotto finito, tutto è finalizzato al raggiungimento del massimo risultato al minimo costo.



**1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?**

Relativamente al nostro comparto si è verificata una **progressiva riduzione delle fasce gioco**: ad esempio cucine e accessori ora sono richiesti per bambini sino a massimo 5 anni, rispetto a i7/8 anni di qualche anno fa.

Inoltre è da riscontrare una **crescente influenza delle licenze** che obbligano pressoché tutti i principali player a prevedere a catalogo delle linee dedicate ai diversi personaggi che influenzano fortemente le scelte d'acquisto.

**2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro**

A scatola chiusa: il **logo CE** e la **provenienza del prodotto**; a scatola aperta: le marchiature riportate sul prodotto e la **fattura dei materiali**.

**3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?**

Esiste innanzitutto un **rischio diretto per la sicurezza** del consumatore, che essendo un bambino dovrebbe essere particolarmente salvaguardato. Secondariamente emerge un **rischio indiretto** nei confronti del comparto dei produttori che si attengono alle normative sostenendo maggior costi di progettazione e certificazione e che vedono **eroso il mercato distributivo**.

**4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?**

Vedo una possibilità nel **coinvolgimento**, previsto dalla normativa sulla rintracciabilità, del **venditore a garanzia** della provenienza e **qualità della sua offerta**. Tale aspetto dovrebbe anch'è evolvere considerando la crescita del vendite online dove la scelta del consumatore è manchevole di una percezione reale o fisica del prodotto e soprattutto delle avvertenze che lo accompagnano.

Sul fronte della contraffazione invece, come già si verifica in alcuni paese europei, dovrebbero **umentare i controlli a campione presso i rivenditori** e potrebbe prevedersi un **strumento** che permetta ai consumatori ed operatori di poter **segnalare** agilmente eventuali **violazioni**.

**5) Descriva l'attività/i prodotti/l'esperienza della ditta LA NUOVA FARO anche in relazione all'importanza del giocattolo sicuro**

F.A.R.O. - Fonderia Alluminio Ruschetti Omegna - nasce nel 1945 dalla volontà di Remo Ruschetti e della moglie Maria Angeretti, dapprima fabbrica incentrata sulla produzione di attrezzi da cucina che, in un secondo momento, sviluppa un'importante ricerca nella realizzazione di articoli giocattolo, con riproduzione in scala dai veri casalinghi. Da qui nascono importanti collaborazioni con marchi del mondo domestico, tra gli altri Bialetti, Lagostina, Vileda, realizzando inoltre giocattoli personalizzati con celebri personaggi di fantasia. Oggi la F.A.R.O. È garanzia di giocattoli e di qualità 100% Made in Italy e propone un ampio assortimento i giochi imitativi che stimolano l'immaginazione e l'interazione genitore-bambino.

**Roberto Testa**  
**SOREMARTEC ITALIA S.R.L.**  
**Ferrero Group**

**1) Com'è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?**

Il mondo dei giocattoli indubbiamente è cambiato molto. Il primo elemento da considerare quando si guarda ai mutamenti avvenuti in questo settore, è la **tecnologia**. Oggi non so quanto tempo venga ancora dedicato al gioco con le macchinine o con i soldatini e quanto, invece, l'attenzione converga su giocattoli tecnologici, Internet e applicazioni: anche la Ferrero sta studiando attentamente questo mondo, riconoscendo quanto i giocattoli tradizionali abbiano diminuito la propria capacità di attrazione sui bambini di oggi. Il peluche resta forse il primo giocattolo che il bambino riceve dalla sua nascita, ma la realtà circostante lo porta già in tenera età ad essere attratto dai dispositivi tecnologici che emettono suoni e luci e che sono un potente strumento di richiamo e di stimolo. Tuttavia, il giocattolo tradizionale resta una pietra miliare che sicuramente manterrà un riconoscimento ed un suo valore anche nel futuro.

Il secondo aspetto da tenere in considerazione, che però non è esclusivo del mondo dei giocattoli, è la **ampia e diversificata offerta** disponibile sul mercato. Se un tempo, i luoghi d'acquisto erano prevalentemente i piccoli negozi, oggi si può acquistare nei Toy stores ma anche su Internet, con grandi cambiamenti nel mondo della distribuzione.

Si pensi, inoltre, alle **attività di licensing** e al mondo dei film: 30 o 40 anni fa non c'era uno sviluppo del mercato cinematografico come quello odierno - si consideri solo l'attuale produzione Disney - e soprattutto non c'era grande interazione fra produzione dei giocattoli e produzione cinematografica. Oggi sono due dimensioni del gioco - e due mercati - strettamente connesse l'una all'altra: dopo aver visto eroi, principesse e astronauti al cinema, il bambino desidera continuare a giocare anche a casa. Qui l'esperienza Ferrero è evidente, benché non si tratti dell'unica realtà imprenditoriale ad aver intrapreso questo percorso.

Ma vi sono altri elementi importanti da considerare: se un tempo i mercati di distribuzione erano Europa e Nord America, oggi le principali case produttrici si rivolgono anche ai **mercati emergenti**, eccezion fatta forse solo per il Sud America. Di conseguenza, la strategia commerciale dei produttori deve necessariamente studiare e rispondere ad una domanda e a gusti differenti, legati al patrimonio di conoscenze che un determinato contesto culturale porta con sé. Sono mercati difficili perché - se nei Paesi "occidentali" c'è maggiore uniformità dei gusti tra i bambini, indipendentemente dalla realtà (sociale, geografica e economica) in cui essi vivono - alcuni Paesi, ad esempio Cina o India, richiedono un approccio molto differente: si può trattare della differenza di un giocattolo destinato a bambini cresciuti a Shanghai o in un villaggio di campagna; o, piuttosto, della necessità di studiare packaging compatibili con l'importanza che nella cultura indiana ha il riutilizzo. E, nelle global companies, questo vuole dire affrontare nuove impegnative ricerche di mercato.

In conclusione, è evidente che sono molto gli elementi da tenere in considerazione e che possono influire sulla produzione dei giocattoli.

Poi vi sono altri aspetti importanti: ad esempio quello degli approvvigionamenti, che devono fare i conti con una **produzione "globale"**, sia essa cinese - il cui fattore vincente è di carattere tecnologico - o indiana - dove gioca un ruolo decisivo il costo del lavoro - o ancora "made in" Taiwan o Vietnam.

Infine, la **sensibilità per gli aspetti etici** in una duplice direzione. In primo luogo, l'etica è contenuta nella sempre maggiore attenzione al messaggio di cui il giocattolo può essere

veicolo: basti pensare al sempre minore spazio che si lascia a contenuti che possano richiamare la violenza, piuttosto che la denigrazione di particolari caratteristiche fisiche o culturali. Ma ancor prima, si deve trattare di un'etica nel produrre i giocattoli, nella scelta di verificare il rispetto delle condizioni di lavoro e della dignità dei lavoratori: lavoro minorile, orari di lavoro, condizioni igieniche, sfruttamento della manodopera. La responsabilità aziendale deve dunque portare a verificare, tramite l'adozione di codici di lavoro volontari, che non si creino condizioni di sfruttamento e di disagio, sia tramite risorse interne, sia mediante il ricorso ad organismi terzi.

## 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

Un giocattolo sicuro deve essere - e non si tratta di una ripetizione involontaria - un **giocattolo sicuro, certificato e controllato**.

**Sicuro** perché deve essere stato fatto tutto il necessario per garantire la sicurezza del prodotto, in ottemperanza alla direttiva sulla sicurezza dei giocattoli e alla direttiva generale sulla sicurezza dei prodotti. Questo non vuol dire rispettare solo i requisiti di legge: c'è un requisito generale di sicurezza che non necessariamente corrisponde alla somma dei singoli requisiti previsti dalla stessa direttiva sulla sicurezza dei giocattoli e dagli standard etici. Quindi questo livello di sicurezza implica una valutazione approfondita della sicurezza di quello specifico giocattolo - che va al di là del mero rispetto dei requisiti di legge - con attenzione alle modalità e ai luoghi di utilizzo, alla fascia d'età di destinazione, alle indicazioni d'uso, ecc.. E' una valutazione che può comportare un impegno maggiore da parte aziendale perché richiede di integrare i requisiti di sicurezza standard con ulteriori requisiti, non previsti per legge per quella tipologia di prodotto ma indirettamente coinvolti. In questo senso, si porta il prodotto ad un livello "circostanziato" di sicurezza, che la sola conformità allo standard in alcuni casi potrebbe non fornire.

In questo senso, il **risk assesment** è uno strumento fondamentale perché interviene anche in funzione di quel rischio che la stessa direttiva prevede, e cioè l'abuso, ragionevolmente prevedibile, del giocattolo da parte di un bambino, che pertanto richiede che il produttore compia uno sforzo ulteriore per immaginare cosa potrebbe succedere nel caso di utilizzo rischioso, pur con la consapevolezza che non è possibile prevedere la riduzione assoluta o addirittura l'eliminazione di tale rischio. Il risk assesment un'attività essenziale, che va condotta con il supporto di esperti in materia - fra i quali anche psicologi dell'età evolutiva e medici.

Un giocattolo deve essere poi **certificato**: secondo la direttiva sulla sicurezza dei giocattoli, la conformità allo standard previsto da legge, può essere prodotta mediante autocertificazione del produttore, ovvero mediante certificazione emessa da un organismo accreditato. I due sistemi sono alternativi, ma l'autocertificazione molto spesso possa non essere sufficiente poiché in quel caso è in capo al produttore riuscire a dimostrare di aver rispettato lo standard senza il ricorso a laboratori esterni, che invece posseggono strumentazioni adeguate per effettuare test tecnici - meccanici, chimici, ...

Un giocattolo, infine, deve essere **controllato**: in questo senso, deve essere monitorata la produzione in tutte le sue fasi. Fermo restando il risk assesment elaborato in una fase preliminare, non è sufficiente verificare la conformità allo standard sui prototipi o su una parte della produzione: non esiste la produzione costante, ma è necessario contemplare uno scarto per contenerlo entro una soglia di accettabilità. Controllare la produzione significa assicurarsi che tutta la produzione sia conforme allo standard, sia pur con qualche lieve oscillazione che normalmente si manifesta. Dunque, l'implementazione di un sistema che assicuri il rispetto dello standard per tutta la produzione è necessaria.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

I rischi sono **l'infornuto e l'incidente** nel breve periodo: mi riferisco in particolare alla sicurezza meccanica e all'infiammabilità. Poi vi sono danni non immediatamente percepibili, ma che comunque possono ledere **la salute**, ad esempio per l'utilizzo di vernici pericolose o di ftalati e altre sostanze oggetto di attenzione anche mediatica perché hanno rivelato una loro pericolosità sullo sviluppo del bambino, con effetti che si potrebbero manifestare anche in età adulta.

L'acquisto di un giocattolo non in regola porta poi con sé delle conseguenze derivanti dalla **non conoscenza dei rischi** specifici (si pensi) che quel giocattolo pone: secondo lo standard, determinati giocattoli devono essere accompagnati da particolari avvertenze. Se tale avvertenza non è visibile, il consumatore può non esserne a conoscenza, non tenere in conto il rischio e produrre comportamenti pericolosi, con conseguenti danni derivanti da questa mancanza di informazione iniziale. E' un problema che può riguardare tipi di giocattoli estremamente diversi uno dall'altro - dai giocattoli acquatici, ai giochi con rischi chimici.

Altra conseguenza importante che deriva dalla produzione in serie e distribuzione di un giocattolo non in regola può essere **l'inquinamento**: si consideri ad esempio l'effetto moltiplicativo che può avere lo smaltimento di grandi quantità di giocattoli non in regola poiché contenenti sostanze tossiche.

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

E' una domanda molto importante, perché a nulla vale stabilire dei requisiti o innalzare i livelli di sicurezza come è stato ormai ampiamente fatto con l'entrata in vigore nel 2011 (e poi nel 2013 per i requisiti chimici) della nuova direttiva sulla sicurezza dei giocattoli, se poi i **controlli** non sono **efficaci**. In un grande mercato come quello dei giocattoli, non tutti i produttori assumono atteggiamenti responsabili e in alcuni Paesi la sicurezza e il rispetto delle normative non sono prioritari. Pertanto i controlli sono necessari e - ancor prima dei controlli presso attività commerciali e rivenditori abusivi - i controlli devono essere effettuati **alle frontiere**, in particolare per i giocattoli provenienti da Paesi terzi, specialmente per i carichi che arrivano in Italia via mare.

Infine, anche la **cooperazione fra produttori e importatori** può risultare efficace in relazione alla contraffazione: un giocattolo contraffatto è anche un giocattolo non sicuro, perché è prodotto più velocemente senza prevedere (anche al fine di risparmiare) verifiche sui materiali adottati o sui processi produttivi.

### 5) Descriva l'attività, i prodotti e l'esperienza del Gruppo Ferrero, anche in relazione all'importanza del giocattolo sicuro.

Ferrero è un produttore responsabile. Sui giocattoli, così come sulla componente alimentare. Descrivere qui tutte le attività implementate dalla Ferrero per immettere sul mercato giocattoli sicuri è difficile perché sono tante e complesse, ma è possibile individuare delle macro aree nelle quali Ferrero opera con l'obiettivo di garantire la qualità e la sicurezza del giocattolo. La premessa è che tutte le azioni rivolte in questa direzione rispondono ad un obbligo morale, ad un obbligo di legge e nell'interesse dei nostri consumatori così come di quello dell'azienda. Ferrero effettua con grande attenzione il risk assesment per tutti i giocattoli secondo procedure strutturate, con organismi e consulenti qualificati, a seconda del tipo di giocattolo e del tipo di rischio connesso. Ad esempio, in occasione di Expo 2015, per il quale l'azienda ha allestito un parco giochi - attività motorie, Ferrero ha intervistato e consultato esperti di medicina sportiva che su quel frangente potessero fornire una

consulenza ed un supporto mirati. Così avviene anche per il resto della produzione non alimentare di Ferrero: giocattoli, "sorprese", iniziative promozionali, ...

I controlli che vengono effettuati possono anche portare alla scelta di modificare le caratteristiche di un giocattolo sino ad escluderlo dalla produzione, se vi è il rischio che possa non rispettare i requisiti di sicurezza stabiliti per legge, ma anche se emergono criticità legate ad un uso inadeguato del giocattolo.

In secondo luogo, Ferrero si è dotata di un codice interno, un'autoregolamentazione che recepisce gli standard di sicurezza previsti a livello mondiale, per incrementare i requisiti che rispettiamo e renderli anche più stringenti rispetto allo standard previsto dalle disposizioni legislative vigenti. Anche per questo abbiamo un monitoraggio della normativa e degli orientamenti e delle raccomandazioni che le autorità di controllo attuano nei Paesi di competenza, per poterle recepire tempestivamente; così avviene anche per tutti quei disegni di legge finalizzati a restringere la disciplina legata al rispetto dei requisiti nella produzione di giocattoli.

E ancora: utilizziamo selezionati e qualificati fornitori, che devono superare una selezione iniziale e che sono sottoposti a costante monitoraggio da parte del nostro personale. I controlli non riguardano solo il fornitore, ma anche il processo produttivo che viene seguito. Senza dimenticare l'attenzione che Ferrero destina a livello di informazioni ed avvertenze che debbono accompagnare i giocattoli immessi sul mercato.

Infine, affidiamo la certificazione finale del prodotto a più di un organismo esterno per la verifica della qualità e conformità dei giocattoli, quando per legge sarebbe sufficiente il parere di un solo organismo per la circolazione del prodotto sul mercato europeo.





**T.Col. Pietro Romano**  
**S.I.A.C.**  
**Nucleo Speciale Tutela Proprietà Intellettuale**



**1) quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?**

Sulla scorta dell'attività della Guardia di Finanza, il dato più allarmante riguarda la **pericolosità intrinseca dei giocattoli in termini di sicurezza**, in specie se si fa riferimento ai naturali destinatari di tali beni. L'utilizzo di vernici o sostanze chimiche cancerogene o contenenti metalli pesanti, l'assemblaggio con pezzi facilmente staccabili a rischio di ingestione o soffocamento, la presenza di punte aguzze o angoli taglienti, sono soltanto alcuni dei motivi dei sequestri di balocchi effettuati. Va, inoltre, considerato che l'**"industria del falso"**, intesa nella sua accezione più ampia, foraggia altre forme di **condotte illecite**, quali lo sfruttamento della manodopera impiegata in nero nella produzione, i circuiti di evasione fiscale o riciclaggio di proventi illeciti utilizzati per acquistare le materie prime, gli ingenti guadagni ottenuti dalle organizzazioni criminali mediante la vendita delle partite di merce alla rete degli intermediari.

**2) quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?**

**Sensibilizzare i cittadini** a fare "acquisti sicuri", ricercando nei giocattoli quei requisiti di sicurezza, garantiti dalla corretta apposizione della marcatura CE, nonché segnalare alle Autorità competenti tutti i casi di anomalie.

**S.I.A.C. - Sistema Informativo Anti-Contraffazione**

La Guardia di Finanza è un Corpo di polizia economico-finanziaria che ha tra i suoi obiettivi istituzionali anche la tutela del mercato dei beni e servizi. In questo contesto una particolare attenzione viene rivolta al contrasto della c.d. "industria del falso". Con un articolato dispositivo che conta la presenza di oltre 700 Reparti dislocati su tutto il territorio nazionale e di una componente specialistica che fornisce un qualificato ausilio alle attività investigative, la Guardia di Finanza sviluppa indagini a 360° colpendo trasversalmente tutte le manifestazioni illecite.

Peraltro, in un'innovativa ottica di "sicurezza partecipata" e con la consapevolezza che per contrastare un fenomeno insidioso e multidimensionale, quale è la contraffazione - che mina alla base il sistema economico -, è necessario sviluppare sinergie tra tutti gli attori chiamati in causa: Istituzioni, associazioni di categoria e aziende. Lo strumento è offerto dal Sistema Informativo Anti-Contraffazione – S.I.A.C.

Il S.I.A.C. è una progettualità co-finanziata dalla Commissione Europea ed affidata, per l'attuazione, dal Ministero dell'Interno alla Guardia di Finanza ed è stato realizzato come una piattaforma telematica plurifunzionale composta da diversi applicativi che assolvono le funzioni di informazione per i consumatori, cooperazione tra gli attori istituzionali e collaborazione tra queste e le Aziende.

Donato Rosa  
Agenzia delle Dogane e dei Monopoli  
Direzione Interregionale per la Liguria,  
il Piemonte e la Valle d'Aosta  
Ufficio delle Dogane di Torino



AGENZIA DELLE DOGANE  
E DEI MONOPOLI

## 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Prima di esprimere opinioni sull'argomento, sarebbe quanto meno necessario evidenziare che non ha senso parlare di giocattoli senza parlare di bambini.

I **bambini rappresentano il nostro futuro**. Sarà forse utopia, ma sono coloro ai quali consegniamo il risultato della nostra esistenza affinché possano vivere in un mondo migliore del nostro; essi sono patrimonio dell'umanità e devono essere protetti da ogni forma di negligenza, di sfruttamento, o di mercificazione: è pertanto nostro preciso dovere, sia come cittadini che come istituzioni, lasciarli essere bambini, liberi di giocare e di vivere la loro età, non solo, ma di impegnarci a fare in modo che crescano sani in un ambiente il più possibile non inquinato dai veleni che soggetti poco scrupolosi, pur di arricchirsi, non esitano ad utilizzare nella realizzazione dei loro prodotti.

I bambini hanno bisogno di molto poco per giocare e far navigare la loro **fantasia**; spesso però nella nostra società sempre più frenetica restano da soli e per farci perdonare la mancanza della nostra presenza regaliamo loro fin troppi giocattoli, divenuti sempre più automatici con l'aiuto dell'**elettronica** tanto da smorzare talvolta la loro fantasia e la loro creatività.

Sicché anche i bambini, nel corso degli anni hanno mutato il loro approccio verso i giocattoli realizzati con l'impiego di **materiali e tecnologie** sempre più **sofisticati**.

Uno dei tanti aspetti che interessano l'attività doganale, è pertanto l'evoluzione che si è avuta nel corso degli ultimi anni nell'impiego dei materiali con cui sono costruiti i giocattoli, tanto che si sono dovuti implementare e rendere sempre più sofisticati i sistemi di controllo alle frontiere atti ad individuare quei particolari componenti costituenti o inseriti nella struttura e/o nel rivestimento dei giocattoli che si rivelano nocivi per la salute dei bambini e/o dannosi per l'ambiente che li circonda, anche con la collaborazione di numerose altre istituzioni.

A solo titolo di esempio si è passati dal legno, dal piombo e dalla stoffa all'impiego di celluloidi, ceramica, metalli vari e plastica, materiale quest'ultimo che ha apportato una vera rivoluzione nella produzione di bambole e balocchi.

Un indicatore legato all'impiego della plastica ma non solo, che potrebbe essere un campanello d'allarme sulla qualità del materiale utilizzato e sulla possibile contraffazione è di tipo economico; infatti, ogni plastica moderna ha come materia prima di partenza il petrolio.

L'aumento costante del prezzo del petrolio ha comportato negli ultimi anni un aumento progressivo del prezzo della plastica, facendo gradualmente perdere a questo materiale uno dei suoi requisiti fondamentali, l'economicità. Il **prezzo dei giocattoli** di plastica, di fatti, negli ultimi dieci anni, è cresciuto sensibilmente più del costo generale della vita.

## 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

Molteplici sono gli elementi da tenere in conto al fine di verificare la sicurezza di un giocattolo da parte dell'acquirente; dal punto di vista Doganale l'attenzione va sicuramente posta sui seguenti:

- a. **Certificazione** - marchiatura CE, che garantisce la conformità alla legge, il nome o il marchio del fabbricante o del distributore del giocattolo, attestazione di autenticità;
- b. **Provenienza** - nome e indirizzo del produttore, dell'importatore o del distributore e dati necessari per poterlo identificare ed eventualmente sottoporre ad accertamenti anche con l'ausilio di organismi internazionali;
- c. **Origine** - individuazione del Paese in cui è stato effettivamente fabbricato il prodotto e identificazione dei materiali con cui è stato realizzato o in esso contenuti (liquidi, solidi, gel), documenti doganali/commerciali comprovanti l'effettiva origine e nomenclatura combinata di tali merci e/o dei loro componenti.

In caso di dubbi, la Dogana ha sempre la facoltà di bloccare la merce in importazione prima che venga immessa in consumo e avviare tutti i controlli e le analisi consentite con l'ausilio di altre istituzioni, di consulenti tecnici designati dai produttori, dei propri laboratori chimici o di altri istituti che hanno dato disponibilità alla collaborazione.

## 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

Premesso che in genere si dà per scontato che i destinatari dei giocattoli sono i bambini, siano essi figli dell'acquirente "consumatore" o di suoi parenti e/o conoscenti, si ritiene che nella maggior parte dei casi lo stesso possa essere stato ingannato da ingannevoli omissioni di informazioni rilevanti di cui avrebbe necessitato per effettuare un acquisto consapevole o che lo avrebbero indotto ad una decisione di tipo commerciale che altrimenti non avrebbe preso.

Al riguardo si ritiene che, anche se molteplici sono i fattori che potrebbero rendere un giocattolo "non in regola", essi sono riconducibili comunque a **due macro-fattispecie**:

- **la prima di carattere sanitario/ambientale** legata alla natura intrinseca dell'oggetto "giocattolo" per la presenza di elementi tossici o pericolosi (proprietà chimiche, proprietà elettriche, proprietà fisico/meccaniche, infiammabilità, radioattività, igiene, ecc.) disciplinata da direttive e regolamenti comunitari, recepiti dal Decreto Legislativo 11 aprile 2011, n. 54; in questo caso ovviamente vi è il rischio che l'uso del giocattolo incida seriamente sulla salute del bambino che è un bene primario.

- **La seconda legata ad elementi di natura economico/commerciali** che possono portare a conseguenze anche penali per il produttore e l'acquirente commerciante o presunto tale, quali:

1. la contraffazione, l'alterazione o l'uso di marchi, brevetti, modelli e disegni di giocattoli (violazione dell'art. 473 c.p.);
2. l'introduzione nello Stato e il commercio di giocattoli con segni distintivi contraffatti o alterati (violazione dell'art. 474 c.p.);
3. la frode nell'esercizio del commercio (violazione dell'art. 515 c.p.);
4. la vendita di giocattoli con segni mendaci (atti cioè ad indurre in inganno il compratore sulla loro origine, provenienza o qualità - violazione dell'art. 517 c.p.);
5. la ricettazione (per l'acquisto, la ricezione o l'occultamento di denaro o cose provenienti dal delitto di contraffazione - violazione dell'art. 648 c.p.).

In questo secondo caso il rischio è di natura derivata.

L'acquisto di un prodotto contraffatto, che il più delle volte non eccelle in qualità, spesso effettuato in maniera consapevole a causa di motivi economici causati dalla crisi che

spingono i consumatori ad acquistare prodotti a più basso prezzo, costituisce **un illecito amministrativo** che:

- da una parte può comportare per il consumatore la sanzione amministrativa prevista dall'art. 1 c.7 del D.L. 35/2005, così come modificato dalla legge 23 luglio 2009, n. 99, che va da 100 € a 7.000 €;

- dall'altra rappresenta un **danno reale per l'economia**, per il mercato, per il made in Italy, comportando una riduzione del fatturato delle aziende in "regola" con conseguenza di un minor gettito per le casse dello stato e di un minor assorbimento di forza lavoro regolare; ciò contribuisce a favorire il lavoro nero e lo sviluppo del crimine organizzato che non conosce frontiere e approfitta spesso della disinformazione del consumatore.

Non trascurabili sono anche le **conseguenze penali** introdotte a seguito del recepimento della Direttiva 2009/48/CE per il fabbricante o l'importatore:

- che immette sul mercato prodotti in violazione degli articoli, 3 comma 1 (dichiarazione CE di conformità), e 5, comma 2 (valutazione della conformità) del D.Lgs. 54/2011 (arresto fino a un anno e ammenda da 10.000 a 50.000 euro);

- che non ottempera ai provvedimenti emanati ai sensi dell'articolo 30, comma 2 (divieto di immissione sul mercato o di circolazione sul territorio nazionale) del medesimo D.Lgs. (arresto da sei mesi a un anno e ammenda da 10.000 a 50.000 euro).

#### 4) **Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?**

Dal punto di vista doganale va posta **l'attenzione soprattutto alle merci che arrivano alle frontiere**, anche se, senza varcare i confini, in determinate regioni italiane prevale da parte di organizzazioni criminali la tendenza a contraffare prodotti di marca per immetterli sul mercato nazionale.

Partendo dal presupposto che le economie mondiali si reggono sulla velocità di trasferimento delle merci compatibilmente con i costi di trasporto, se da una parte è nella facoltà delle dogane sottoporre a controllo qualsiasi merce varchi le frontiere e bloccarla in caso di dubbi (articoli 4 e 9 del Regolamento (CE) n. 1383/2003), visto l'elevato numero di containers che arrivano ogni giorno nei porti e nei principali centri di attività commerciale risulterebbe praticamente impossibile da parte delle autorità doganali controllare tutti i beni che circolano in entrata e in uscita dai singoli snodi commerciali nazionali, se non a costo di paralizzare i mercati e l'economia dell'intera nazione.

Bisogna pertanto trovare il giusto **compromesso per velocizzare le operazioni doganali** di controllo ed **evitare l'importazione o l'esportazione di merci non in regola**, attraverso **analisi di rischio mirate sui traffici** e sui potenziali "trafficienti" che danneggiano gli operatori economici onesti, l'economia del paese e la salute dei cittadini.

Che fare? Le organizzazioni criminali, nel trasferire le merci dal luogo di produzione a quello di distribuzione, tentano vari stratagemmi che vanno dal confondere la provenienza delle merci per superare i controlli doganali a cambiare frequentemente la ragione sociale e il paese del produttore, a testare i livelli di efficienza e corrottilità dei funzionari doganali, cambiando di volta in volta la dogana europea di ingresso che più sembra disattenta a particolari trasferimenti di merci, sino a camuffare talvolta la categoria merceologica delle stesse; una volta che le merci hanno varcato la frontiera, si riversano nelle migliaia di negozi e "bancarelle" dei mercati e grazie al notevole divario tra gli irrisori costi di produzione e i notevoli profitti, la loro vendita diventa fonte di denaro che può essere reinvestito in attività criminali a più alto livello di rischio per le organizzazioni criminali.

Le **azioni da compiere** al fine di contrastare tale dilagante fenomeno criminale spesso tollerato dalle forze dell'ordine e dai cittadini perché forse ritenuto erroneamente a più basso impatto sociale, sono riconducibili alle seguenti attività:

- ✓ **prevenzione**
- ✓ **scambio di informazioni**
- ✓ **criminalizzazione**
- ✓ **recupero delle risorse e cooperazione internazionale**
- ✓ **uso di idonee procedure di controllo e di analisi dei rischi**
- ✓ **collaborazione dei consumatori, associazioni di categoria**
- ✓ **"partenariato" con il sistema imprenditoriale.**

In questo modo, soprattutto con l'attiva collaborazione e la sensibilizzazione dei consumatori, che sono i destinatari finali dei giocattoli, si può risalire la filiera che conduce al distributore/importatore, fino al produttore, in modo tale da **allertare** attraverso le autorità internazionali il **paese di origine delle merci** al fine di coinvolgerlo nella collaborazione alla lotta contro la contraffazione.

## **AGENZIA DELLE DOGANE E DEI MONOPOLI**

L'Agenzia delle Dogane, ente pubblico non economico è stata istituita con il D. Lgs 300 del 30 luglio 1999. Dal 1° dicembre 2012 in applicazione del Decreto legge 6 luglio 2012, n. 95 convertito con Legge n. 135 del 7 Agosto 2012, l'Agenzia delle Dogane ha incorporato l'Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato assumendo la nuova denominazione di Agenzia delle Dogane e dei Monopoli.

Nella sua veste di autorità doganale, esercita, a garanzia della piena osservanza della normativa comunitaria, attività di controllo, accertamento e verifica relative alla circolazione delle merci e alla fiscalità interna connessa agli scambi internazionali. Tra i compiti istituzionali dell'Agenzia delle Dogane rientra dunque a pieno titolo la lotta alla contraffazione di ogni tipologia di merce che venga introdotta nel territorio della comunità Europea, compreso ovviamente il territorio dello stato Italiano, ivi incluso il contrasto alla contraffazione di giochi e giocattoli, nella loro più ampia accezione, nonché il controllo del rispetto di tutte le norme nazionali e sovranazionali inerenti la particolare materia al momento dell'ingresso nel territorio nazionale (o, nel caso di esportazione e transito, all'uscita dal nostro territorio), prima che tali merci abbiano lasciato i varchi doganali per essere destinate a commercianti o presunti tali, talvolta molto poco scrupolosi.

[www.agenziadoganemonopoli.gov.it](http://www.agenziadoganemonopoli.gov.it)



## 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

La visibilità che INDICAM ha del settore non può partire, ovviamente, da dati di dettaglio relativi a produzione, progettazione, scelta dei materiali etc etc.

Ci concentriamo più su aspetti per il nostro settore significativi, ossia il **licensing**, le modalità di acquisto, i canali, le dinamiche del settore, gli scenari in prospettiva.

Certamente il giocattolo negli ultimi 10 anni si viene a confrontare, come sostanzialmente ogni categoria merceologica, con il fenomeno internet, laddove si aprono canali di **commercio elettronico** dedicati o multi-brand, che vanno a proporre anche questi articoli. E il prodotto non è esente dall'evoluzione commerciale che sta cambiando il modo di proporsi per le aziende ma parimenti dai pericoli che vengono ingenerati. Le vendite online sono state per anni un terreno di dibattito, che recentemente vede qualche evoluzione nella direzione, almeno, di una maggiore cooperazione tra attori diversi, ossia i titolari di diritti da una lato e i fornitori di accesso e di servizi internet dall'altro.

Nel caso del giocattolo ciò si lega ai fenomeni crescenti di **grandi trend di prodotto**, legati a prodotti connessi a grandi franchise o comunque a grandi fenomeni del momento. Pertanto si va a creare un mercato di prodotti rari, limitati e via dicendo, che è potenzialmente opportunità per una massimizzazione dei profitti più legati a prodotti contraffatti con alta rotazione in un dato momento. Ciò si connette anche al tema del **licensing**, laddove anche in questo caso occorre essere molto attenti nel valutare, sui diversi canali, i prodotti recanti un brand noto. E' un settore, questo, nel quale i danni, per la filiera ed il consumatore, possono diventare significativi.

## 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

Un giocattolo sicuro è, intrinsecamente, **espressione della marca**, espressione di una **filiera rigorosa e garantita**, espressione di una **scelta di produzione ben identificata**.

La **Marca** è sinonimo di garanzia e qualità. Occorre essere ben precisi su questo punto; il valore del brand, il "percepito" sono elementi che accreditano il prodotto ma non per semplici e futili motivi legati alla notorietà o alla comunicazione, ma ai valori che la marca esprime. Ci piace parlare sempre di questo, affinché poi agli occhi del consumatore non sia evidenziato il solo fattore "prezzo", ma il fattore "valore". Questo, nel caso del giocattolo, è il vero spartiacque tra un prodotto originale ed uno contraffatto. Prodotti apparentemente identici ma con differenze sostanziali di prezzo non sono "l'affare" garantito, ma soltanto pezzi di materiali senza alcun valore, senza alcuna garanzia data dalla Marca.

Al pari la Marca non compie solo scelte legate al concept, alla scelta della produzione, alla scelta dei materiali. La Marca è anche responsabile della **filiera** attraverso cui decide di

commercializzare i prodotti. Una responsabilità che si estrinseca non certo attraverso un obbligo di rispondere di eventuali azioni della filiera, ma nei termini di un impegno a selezionare canali distributivi che rispecchino, ancora una volta, il valore del brand. E presso cui il consumatore sia portato ad acquistare il giocattolo, certo di poter mettere nelle mani dei propri figli prodotti garantiti.

La **produzione** è il terzo fondamentale elemento. Giocattoli semplici e, a maggior ragione, complessi, devono rispondere a **standard di produzione** che, è facile intuirlo ma giova ribadirlo, solo la Marca garantisce. Poco c'entra con questo parlare di delocalizzazione, laddove non è questo sinonimo di minori controlli. La partita si gioca proprio in questo: il brand, ovunque produca, deve rispettare gli standard imposti più rigidi, mentre un contraffattore, che fa mancare al prodotto i due elementi fondamentali prima descritti, è totalmente deficitario del terzo, ossia del rispetto della sicurezza nella produzione. Quindi: acquistare prodotti di marca, nelle filiere certe e sicure, garantiti di elementi prodotti con rispetto degli standard.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

Il giocattolo ci pare meritevole di rientrare tra i prodotti "sensibili" su cui prestare la maggiore attenzione.

**Sensibili, per il target** (solitamente bambini) **e per l'uso**, spesso molto intenso e di "contatto" con il suo (piccolo) utilizzatore.

E' ormai noto (ma forse giova sempre accendere un faro su questo) come un giocattolo, spesso oggetto complesso costituito da più parti, prodotto senza il rispetto degli standard di cui si è parlato anche precedentemente esponga l'utilizzatore a rischi connessi ai materiali, alla costruzione, alla stabilità e durata nel tempo.

Sono **tre punti fondamentali**. I materiali che un brand utilizza sono certificati, testati, garantiti. E oggetto di test continui anche post-produttivi, portando, seppur in rari casi, il brand a poter intervenire con richiami di prodotto post-commercializzazione, laddove si ritenga che questo aumenti la sicurezza degli utilizzatori. E', tornando a quanto detto prima, anche questo valore.

I **materiali con cui i pezzi contraffatti sono realizzati sono spesso tossici**. Questo è abbastanza naturale: per definizione un pezzo contraffatto deve generare il margine più alto, quindi risulta evidente come il contraffattore punterà su ciò che possa costare meno, da qui l'uso di materiale non rispondente ad alcuna norma e certificazione.

L'uso del giocattolo, non raramente di "contatto" con il suo utilizzatore/bambino, aumenta i rischi in maniera esponenziale, laddove o materiali tossici o pezzi soggetti ad usura o distacco diventano, allora, vere e proprie minacce ad alto rischio.

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

La lotta alla contraffazione, come in ogni settore, anche per il giocattolo deve avvenire con un grande coordinamento tra azioni e impegni diversi.

Il circolo tra **impegno del brand, dei controllori, del consumatore** deve essere chiuso, e bene, non potendo permettere a uno degli attori di essere carente in impegno e azioni.

**Il brand** fa la sua parte: ha coscienza di dover **rispettare standard alti** legati al prodotto, ma talvolta supera anche questi standard, ponendo la qualità dei prodotti a un livello ancora superiore. Il canale è generalmente attento, ma anche in questo ambito si deve porre attenzione, se non maggiore impegno. Il **mondo del commercio**, lo sappiamo, è oggetto di mille tentativi di infiltrazione, occorre che anche in questo gli **operatori siano vigili**, avendo

ben presente quanto prima descritto, ossia che l'affare irrinunciabile non esiste e se viene proposto si tratta, con quasi matematica certezza, di un tentativo di distribuzione di prodotto non regolare.

I **controlli**, soprattutto in Italia, vedono l'impegno ben superiore alla media delle Forze dell'Ordine. Certamente, però, anche in questo caso è auspicabile, ma il fenomeno si generalizza ad altri settori, un **maggior coordinamento**, al fine di poter organizzare **operazioni capillari**, tese a stroncare un traffico che, nel caso del giocattolo e come sopra esposto, rasenta rischi per l'utilizzatore impattanti sulla vita stessa.

Il **consumatore** è l'altro importante anello della catena. E quello che, purtroppo, è meno controllabile. Deve essere **responsabilizzato**, e in tal senso ben vengano le **campagne come "io sono originale"** organizzate da MISE e movimenti dei consumatori, ma non sono spunti sufficienti per mutare un trend che ancora vede la contraffazione come un fenomeno di impatto minore, con meno rilevanza, tutto sommato accettabile. La **mancanza di coscienza da parte del consumatore** dei rischi connessi è un punto cruciale. È generalmente diffuso l'approccio all'acquisto di giocattoli su canali evidentemente non regolari, con differenza di prezzo evidentemente sospetta tra il prodotto in distribuzione ufficiale e quello in quel momento riscontrato. Il giocattolo non può ammettere un consumatore distratto o superficiale. Ne va della salute, se non della vita, dei suoi utilizzatori, i bambini.

**INDICAM** [www.indicam.it](http://www.indicam.it)

Claudio Bergonzi è il Segretario Generale di INDICAM, Istituto di Centromarca per la lotta alla contraffazione. INDICAM rappresenta oltre 150 aziende, associazioni, enti, studi professionali, organizzazioni impegnati nella lotta alla contraffazione dei prodotti di marca e, dal 1987, svolge un ruolo di sintesi tra le esigenze industriali e quelle di diritto.

Le minacce che l'industria subisce ogni giorno sono in crescita costante e il mercato della contraffazione è ormai in grado di proporre beni di ogni tipo; non sono più solo gli oggetti di lusso ad essere colpiti, ma anche ciò che spesso impatta sulla salute e sulla sicurezza dei consumatori. È un vero e proprio allarme sociale. In tale contesto INDICAM persegue i propri obiettivi nella lotta alla contraffazione seguendo direzioni ben precise: advocacy, formazione, studi e ricerche, informazione.

L'azione di advocacy che svolge per conto dell'industria, dei propri associati, è una parte importante del quotidiano impegno. È un dialogo costante con le Istituzioni, con le Amministrazioni, sia Italiane che Internazionali, al fine di poter svolgere quel ruolo di advisor che le viene riconosciuto. È un'azione che si esprime attraverso lo scambio di informazioni ma anche, se non soprattutto, nel monitorare e, se il caso, nell'agire tempestivamente esprimendo in modo forte l'orientamento dell'Associazione su temi centrali, oggetto ad esempio di discussioni legislative. Le posizioni che INDICAM esprime, in questi casi, sono il frutto di analisi che portano a diventare spesso il punto di riferimento sui temi specifici.

L'azione sugli stakeholder, sia Istituzioni che forze dell'ordine, passa anche attraverso la formazione. Il trasferimento di know-how e lo scambio di conoscenze sono elementi necessari per rafforzare quel network che contrasti sempre più efficacemente il mercato del falso. L'Associazione è dotata di un Centro Studi, il cui compito è produrre internamente analisi, orientamenti, elementi che permettano di capire meglio ogni aspetto legato alla contraffazione. Al contempo opera per creare idonei strumenti affinché le imprese possano orientare al meglio i propri investimenti in Proprietà Industriale.

Anche attraverso le ricerche, ma non solo, INDICAM comunica. È un dialogo con i consumatori, così come con gli addetti del settore, siano essi professionisti o manager di impresa.





### 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Il mondo dei giocattoli è cambiato molto, soprattutto a livello tecnologico, tanto da spingere l'Unione Europea nel 2009 ed emanare la "direttiva sulla sicurezza dei giocattoli" 2009/48 CE in sostituzione della "vecchia" del 1988. Tale direttiva disciplina i **requisiti di sicurezza dei giocattoli**, ma anche le **responsabilità di tutti gli operatori** della catena di fornitura, stabilendo regole tra le più rigorose al mondo.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

**Marchio CE, prezzo, luogo di acquisto.** Il marchio CE può essere confuso con quello simile che invece indica "China Export" per questo è importante che i consumatori conoscano bene la sua esatta rappresentazione (spaziatura e proporzione tra le due lettere). E' sempre bene inoltre diffidare dai prodotti che vengono venduti ad un prezzo eccessivamente basso rispetto a quello di mercato soprattutto se non acquistati in un **negozio specializzato** (ad esempio bancarelle, venditori ambulanti, ecc.)

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

Sicuramente la **sicurezza dei bambini**, i giocattoli possono contenere infatti sostanze tossiche o presentare difetti meccanici (si pensi all'infiammabilità o al rischio di soffocamento) non essendo costruiti nel rispetto delle più essenziali norme di sicurezza.

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Il **metodo più efficace**, che si deve affiancare a quello **repressivo**, è quello **culturale/informativo** che punta a ridurre la domanda di acquisto. Per questo sono fondamentali i progetti (come ad esempio lo Sono Originale finanziato dal Ministero dello Sviluppo Economico) che puntano a **informare e sensibilizzare i cittadini** verso un fenomeno che ha, purtroppo, ancora poco disvalore etico-sociale e che non viene visto nella sua reale pericolosità.

## MOVIMENTO CONSUMATORI

L'associazione è autonoma, indipendente e senza fini di lucro. Viene fondata trent'anni fa a Milano dal Prof. Gustavo Ghidini e da altri intellettuali e ha come obiettivi la difesa dei diritti e degli interessi individuali e collettivi degli utenti nei confronti di enti pubblici e imprese, liberi professionisti e artigiani, il miglioramento della qualità della vita dei cittadini e lo sviluppo di una cultura consumeristica responsabile ed ecocompatibile.

MC si prefigge i seguenti obiettivi:

- tutelare i diritti dei consumatori e degli utenti, riconosciuti dal Codice del Consumo, quali il diritto alla tutela della salute, alla sicurezza e alla qualità dei prodotti e dei servizi, all'informazione ed alla corretta pubblicità, all'educazione, al consumo, alla correttezza dei contratti, all'erogazione di servizi pubblici efficienti;
- influenzare le controparti istituzionali e private perché forniscano servizi e prodotti che corrispondano alle esigenze dei consumatori e degli utenti;
- rappresentare i consumatori e gli utenti presso organismi pubblici e società private, erogatori di servizi e fornitori di beni;
- stimolare i mass media ad un'informazione corretta e puntuale in tema di tutela dei consumatori;
- sollecitare il consumatore a prendere coscienza dei propri diritti e doveri.

Movimento consumatori agisce per la tutela individuale e collettiva dei consumatori.

Per la tutela individuale, Movimento Consumatori mette a disposizione :

- Il servizio di sportello presso le sedi territoriali (circa 50) con rapporto diretto con il consulente MC. Fornisce informazioni, consulenza e assistenza stragiudiziale per risolvere il problema del consumatore senza andare in giudizio/causa. Cura quindi la fase del reclamo e segue l'eventuale fase conciliativa successiva. In alcune materie come la telefonia, l'energia e il gas Movimento Consumatori ha stipulato accordi di conciliazione con le principali aziende nazionali e locali fornitrici dei servizi. In alcune materie infatti la fase conciliativa è obbligatoria per legge. Le aree di intervento principali sono: assicurazioni, banche e società finanziarie, contratti, acquisti e beni in garanzia, telefonia, energia e gas, turismo e trasporti, multe e pubblica amministrazione.
- Il servizio di sportello online ([www.sportello.movimentoconsumatori.it](http://www.sportello.movimentoconsumatori.it)). Lo sportello on line agisce nei seguenti settori: acquisti e servizi, assicurazioni, banche, energia, telefonia, trasporto e turismo. Per usufruire del servizio è necessario creare il proprio account sulla piattaforma, accedere nell'area riservata e caricare la descrizione e la documentazione relativa alla propria pratica. Attraverso la piattaforma il consumatore può dialogare con il consulente MC e essere aggiornato in tempo reale attraverso un sistema di notifiche via email.

Il servizio è riservato agli associati, quindi l'iscrizione all'associazione è obbligatoria. L'associazione non fornisce invece il servizio di assistenza legale (cioè non assiste l'utente dinnanzi al giudice).

Per la tutela della collettività, sono tre i principali strumenti di azione:

- **Azione collettiva inibitoria:** procedimento giudiziario che può essere intentato solo da enti ed organizzazioni a tutela dei consumatori iscritti all'elenco istituito presso il Ministero dello Sviluppo Economico, come Movimento Consumatori, che ha lo scopo di chiedere al giudice di impedire ad una azienda di tenere certi comportamenti lesivi degli interessi dei consumatori. Viene utilizzata principalmente dall'associazione per inibire pratiche commerciali scorrette o clausole contrattuali inibitorie.
- **Class Action:** procedimento giudiziario in cui si raccolgono una pluralità di consumatori, la 'classe', (ad es. i danneggiati da una specifica azienda) ed ha l'obiettivo di chiedere il rimborso del danno subito dai consumatori per inadempienze contrattuali, pratiche commerciali scorrette o provvedimenti sleali realizzati da una azienda.
- **Campagne di informazione e sensibilizzazione ed iniziative progettuali** realizzate in collaborazioni con aziende, enti pubblici nazionali e locali, e soggetti di terzo settore su temi di interesse generale quali ad esempio la lotta alla contraffazione e all'economia sommersa, la promozione del consumo critico e degli stili di vita sani e sostenibili, i farmaci equivalenti, la ludopatia, gli OGM e la sicurezza alimentare, l'accesso all'informazione sui diritti dei consumatori per cittadini immigrati, anziani, con disabilità mentali e visive.

In particolare, in tema di lotta alla contraffazione l'azione di MC è volta a favorire una sempre maggiore consapevolezza del ruolo del cittadino all'interno della filiera del falso; le nostre iniziative riguardano l'informazione ai consumatori sulla contraffazione, sulle normative a tutela della sicurezza dei prodotti e sulle attività di contrasto.

Con il progetto **IO SONO ORIGINALE** attualmente in corso MC diffonde e promuove la cultura della legalità con sette sportelli territoriali (di cui uno virtuale) e con una campagna di comunicazione nazionale per sensibilizzare la cittadinanza sull'importanza di fare scelte consapevoli nei propri acquisti e per stimolare i consumatori ad un impegno attivo contro il fenomeno della contraffazione.

**Emanuela Truffo**  
**JACOBACCI & ASSOCIATI**



**1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?**

Il mondo dei giocattoli, almeno dalla prospettiva della tutela contro le imitazioni, ha visto, da un lato, la **riscoperta dei giocattoli tradizionali**, dall'altro, il diffondersi di giochi ad alto **contenuto tecnologico**.

Sarebbe errato, tuttavia, pensare che solo i secondi siano interessati dalla contraffazione: se ciò è vero per la materia brevettuale, questo non è altrettanto vero per design, copyright e marchio.

**2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro**

**Certificato**, vale a dire conforme alle linee guida ed alle norme di sicurezza.

**Tracciato**, ossia con un'origine certa tanto del prodotto firmato quanto alle singole componenti. Infine, **curato**, in ogni sua caratteristica, dal design al packaging.

**3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?**

In primo luogo, il rischio è di gravi **danni alla persona**: considerato che – nella maggioranza dei casi – l'utilizzatore finale dei giocattoli è un bambino, i rischi di comprometterne la vita futura sono altissimi. A ciò si aggiunge l'inevitabile **"contributo" alle attività della criminalità**, anche quella organizzata, che vede nella contraffazione una sistema di finanziamento delle altre attività.

**4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?**

Difficile indicare soluzioni "miracolose" per eliminare problemi che si sono radicati nel mondo dei giocattoli, come in altri settori manifatturieri.

Certamente, però, è quanto mai necessario agire **in via preventiva, sensibilizzando i genitori** circa la necessità di tutelare la salute e la felicità futura dei propri bimbi attraverso un acquisto consapevole e responsabile.

Dal punto di vista **repressivo gli strumenti ci sono**, ma vedono limitata la propria efficacia nel medio/lungo periodo a causa delle limitate risorse economiche a disposizione.

**JACOBACCI & ASSOCIATI** [www.jacobacci-law.com](http://www.jacobacci-law.com)

L'avvocato Emanuela Truffo lavora presso la sede di Torino dello Studio Jacobacci & Associati. Jacobacci offre assistenza legale specializzata nell'ambito della proprietà industriale e intellettuale. Dalle sedi di Torino, Milano, Roma, Parigi e Madrid, lo Studio mette a disposizione dei clienti la propria esperienza e consulenza nel contenzioso e nella gestione delle trattative in Italia e all'estero. Jacobacci assiste clienti nazionali e internazionali in ogni settore industriale e artistico, gestendo i contenziosi a tutti i livelli, dai procedimenti dinanzi alla corti nazionali, alla Corte di Giustizia dell'Unione Europea e nelle cause multigiurisdizionali. *High-tech*, lusso, energia, *automotive*, biotecnologia, aeronautica, farmaceutica e arte sono solo alcuni dei molti settori nei quali Jacobacci opera.

Patrizia Scarzella



### 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Sicuramente è profondamente cambiato. Il **gioco elettronico** è subentrato a tanti altri giochi "tradizionali" ed essendo molto pratico, in particolare nei momenti di spostamento, è il principale compagno di giochi dei bambini durante i viaggi grazie alla sua **praticità**. Negli ultimi anni si è perso un po' il giocattolo "fisico" ovvero quello che consente al bambino, grazie all'utilizzo dei sensi, di scoprire, creare e utilizzare la manualità. È vero che oggi i bambini hanno un'innata **predisposizione al digitale**, ma il diffondersi dei giochi virtuali ha **penalizzato in parte la loro spontaneità e fantasia**, stimolata da sempre dai giocattoli tradizionali. Per ultimo, noto con piacere che sono **diminuiti i giocattoli in plastica**, particolarmente diffusi negli anni '80 e '90.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro.

Deve essere prodotto con **materiali sicuri**, **non deve ledere** quindi la **salute** del bambino. Deve essere **garantito e certificato**, bisogna sicuramente investire nelle certificazioni per assicurare la sicurezza del giocattolo.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

I rischi maggiori per me sono sempre legati principalmente ai **materiali utilizzati** per la costruzione del giocattolo: quando si compra un giocattolo contraffatto non si è mai sicuri su che cosa è stato utilizzato per produrre il gioco, e questo mette a rischio la **salute del bambino** o di chi utilizza il prodotto.

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Su questo tema molti anni fa intervistai l'avv. Maurizio Fusi, che si era occupato per molti anni di contraffazione. In quel contesto l'avv. Fusi mi disse: "*Cercare di contrastare la contraffazione è come arginare un'alluvione con un cucchiaino*", frase che non lascia molto spazio alla possibilità di contrastare il fenomeno. Secondo me, una strada da intraprendere per limitare la contraffazione nel complesso, è **rendere i consumatori finali** sempre più **informati e consapevoli** dei rischi connessi ad acquisti incauti, in particolare per i prodotti dell'infanzia e nello specifico i giocattoli dove i consumatori finali sono dei bambini. **Informazione, comunicazione e sensibilizzazione** dei genitori, queste sono le parole chiave.

### 5) Negli ultimi 10 anni, ha avuto occasione di disegnare giocattoli?

No, ho partecipato ad una serie di operazioni sul giocattolo: ho collaborato a disegnare oggetti tessili per bambini da 0 a 3 anni, ovvero **pupazzi con un design meno "scontato"**, sulla scia di prodotti già esistenti quali le "*Uglydoll*". Abituare il bambino ad una diversità, anche fisica, è sicuramente un ottimo segnale legato ad un'evoluzione: **non si è più così vincolati ai giocattoli di genere**, la cucina per le bambine, il meccano per i bambini, stereotipi che nella società di oggi sono sicuramente superati. Ben vengano quindi **giocattoli che superano questi limiti estetici e di ruolo**.

**6) Ci può raccontare l'esperienza che ha avuto con il master "Design del giocattolo", giunto ormai alla quarta edizione e organizzato dal Politecnico di Milano?**

Ho partecipato due anni fa ad un mini workshop organizzato dal master. In quel periodo lavoravo in un progetto di design sociale per le Filippine, il Kenya e la Thailandia e in occasione del master, abbiamo progettato un giocattolo tessile, morbido, che riprendesse le tradizioni e la cultura locale di questi Paesi. È stata un'ottima esperienza, erano uscite moltissime idee interessanti per la progettazione di questi giocattoli, nell'edizione di quest'anno dovrei di nuovo partecipare al master, siamo in fase di organizzazione.

## **PATRIZIA SCARZELLA**

Patrizia Scarzella è architetto e giornalista. Si è sempre occupata di design, come consulente di aziende, scrivendo libri e realizzando mostre sperimentali in campo internazionale.

È fondatore e Vice Presidente della Associazione DComeDesign per la promozione della creatività femminile, responsabile di progetti di design per il sociale che ha realizzato in Asia e Africa con donne artigiane per creare le basi di micro economia sostenibile attraverso formazione, design training e sviluppo prodotto. Da questo lavoro è nata la mostra fotografica 'Women Hands' (2014). La ricerca fotografica, passione coltivata da sempre, è un mezzo importante del suo lavoro creativo. Ha insegnato design all'Università La Sapienza di Roma, all'Università di Genova, alla Estonian Academy of Arts di Tallinn, Estonia.

Con Valentina Downey progetta i Lab.Brain Design, laboratori di innovazione per aziende e istituzioni.

[www.scarzella.it](http://www.scarzella.it)

[www.dcomedesign.org](http://www.dcomedesign.org)

[www.labbraindesign.com](http://www.labbraindesign.com)



### 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Negli ultimi 10 anni, il mondo del giocattolo, ha subito, forse molto più di altri settori, un forte **trasferimento produttivo in Cina**.

Questo **trasferimento di know how** verso l'estremo oriente ha fatto sì che ora alcune aziende cinesi produttrici di giocattoli inizino ad approcciare direttamente i mercati occidentali con i loro brand (es. blue box) e con prodotti di qualità conformi alle normative di prodotto europee.

**L'evoluzione tecnologica avvenuta** nel mondo degli adulti, con l'avvento della telefonia mobile con smartphone e tablet, ha influenzato anche il mondo del giocattolo che, per emulazione, ha introdotto anche nei giochi alcuni dispositivi. Non a caso, uno degli ultimi progetti del nostro Studio è stato un tablet per la prima infanzia per la CHICCO, uscito sul mercato nel Natale 2014.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro.

**"Certificato, di marca, acquistato presso negozi qualificati"**.

Un giocattolo sicuro deve superare dei test omologativi da parte di un ente qualificato e riconosciuto che ne certifichi la qualità e la sicurezza nel rispetto delle norme dell'Unione Europea. Deve quindi avere **la marcatura CE**. Da non confondersi con la marcatura China Export (molto simile anche a livello di rappresentazione grafica a quella europea) presente su alcuni prodotti importati dalla Cina.

Per essere più sicuri nei propri acquisti, conviene affidarsi a **brand noti sul mercato** e preferibilmente rivolgersi a dei **canali di vendita sicuri** (negozi e centri specializzati o siti web qualificati). E' molto più a rischio l'acquisto fatto presso le bancarelle o da venditori ambulanti, o in negozi a gestione orientale.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

I rischi riguardano soprattutto la **salute**: intossicazioni dovute a vernici e materiali contenenti metalli pesanti; traumi, lesioni o soffocamenti a causa di piccole parti che si possono staccare o che possono tagliare e ferire; intrappolamento di arti e testa.

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Sicuramente il **maggior controllo** deve essere **effettuato dagli enti statali preposti** (es. NAS) che devono vigilare contro l'importazione e la commercializzazione di giocattoli non a norma. Da parte del **cittadino** può essere utile avere **l'accortezza di acquistare solo presso canali di vendita qualificati** perché fanno già da filtro.

Evitare i no brand, i marchi sconosciuti e soprattutto i marchi contraffatti (qualche tempo fa un'azienda cinese aveva contraffatto anche il marchio CHICCO con CHICO, semplicemente togliendo una C).

**5) Descriva l'attività che Profilodesign svolge anche in relazione all'importanza del giocattolo sicuro.**

Il nostro Studio ha iniziato a lavorare nel settore del giocattolo da inizio anni 2000 con un prodotto cavalcabile per la ditta MONDO, per poi continuare fino ad oggi con una collaborazione attiva per lo sviluppo di giochi per la prima infanzia con la CHICCO di Grandate (COMO).

Sin da subito ci siamo dovuti documentare e adeguare alle normative CE e quindi, nel progettare un giocattolo, tenere conto di tutte le esigenze omologative richieste dagli enti certificatori.

Gli investimenti legati alla produzione di un nuovo giocattolo sono abbastanza importanti e non ci si può permettere di sbagliare in materia di sicurezza. Dal punto di vista progettuale si deve tener conto soprattutto delle norme contro l'intrappolamento e il soffocamento. Per quanto riguarda i materiali, nella maggior parte dei casi, è invece il produttore che esegue le sue scelte in funzione delle normative vigenti.

## **PROFILODESIGN**

Studio fondato nel 1999 con sede a Rivoli (Torino). Lo studio gestito dai designers Andrea Righetti e Pierpaolo Barra, è attivo nel campo del design e della comunicazione integrata e collabora con aziende italiane ed estere operanti in diversi mercati.

Nel 2008 presenta la linea di caschi jet TORNEO, primo progetto di autoproduzione che rappresenta appieno la filosofia progettuale di sorprendere ed emozionare attraverso l'interazione oggetto-soggetto.

I designer collaborano come docenti presso IED e hanno fatto parte dell'Osservatorio ADI Piemonte/Valle d'Aosta. Selezionati ADI Index 2010 con il progetto "Canali Design".

Sono stati membri della giuria per il concorso Pircher "Oasi in giardino", Coordinatori del concorso Panini SpA "Share a new vision" e vincitori del concorso per il merchandising ufficiale di Torino 2008 World Design Capital.

I progetti dello studio sono pubblicati in diverse riviste del settore, così come le testate motociclistiche e di moda danno ampio spazio ai caschi TORNEO.

Profilo Design ha partecipato al Fuorisalone di Milano, alla Mostra itinerante Piemonte Torino Design, alla Biennale Internationale du Design di Saint Etienne, al Designersblock - 100% Design di Londra.

[www.profilodesign.it](http://www.profilodesign.it)

[www.torneohelmets.com](http://www.torneohelmets.com)

Gabriella Gilli



### 1) Come è cambiato il mondo dei giocattoli negli ultimi 10 anni?

Mi pare stiano aumentando i **negozi di "nicchia"**: con giocattoli innovativi, intelligenti, belli e che piacciono anche ai genitori accorti e desiderosi di proporre oggetti "pensati".

Sono aumentati i **giochi elettronici**. A volte sono rivisitazioni di giochi del passato, spesso si tratta di nuovi giochi. Due considerazioni brevissime: 1) l'elettronica modifica parecchio il modo di giocare. Tendenzialmente **riduce lo scambio sociale e fa aumentare il gioco solitario**. Inoltre, pur essendoci moltissime possibilità di scelta nel gioco elettronico, bisogna ricordare che tuttavia si tratta di possibilità già previste, quindi la **quota di scelta e creatività** del giocatore è di fatto **circoscritta**. 2) D'altra parte, l'accesso a tecnologie odierne (e quindi anche ai giochi elettronici) è un fenomeno estesissimo e ormai è un dato di fatto, anche nelle fasce più giovani. I vantaggi dei giochi elettronici esistono e sono, dal punto di vista dello sviluppo psicologico, una **facilitazione nell'acquisizione di abilità cognitive**. Alcuni giochi poi favoriscono anche lo scambio sociale, inserendosi tra le relazioni concrete ed estendendone il raggio a persone lontane.

### 2) Tre parole chiave per identificare un giocattolo sicuro

**Informazioni chiare e comprensibili.**

**Esplicitazione dei possibili usi** (suggerendo anche i possibili usi del giocattolo nell'interazione con gli adulti o con i pari).

**Adeguatezza alla fascia di età** consigliata.

### 3) Quali sono i rischi maggiori derivanti dall'acquisto di un giocattolo non in regola?

I rischi credo siano: un **utilizzo sbagliato** da parte del bambino o un **sottoutilizzo** del giocattolo (quindi si tratta di non sfruttamento delle potenzialità del giocattolo di favorire la crescita psicofisica del bambino, cioè il giocattolo non riesce a facilitare lo sviluppo cognitivo, emotivo, sociale, immaginativo...del bambino); inoltre, **rischi diretti per la salute** se i materiali sono non a norma, velenosi, pericolosi...

### 4) Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli non in regola?

Dal mio punto di vista (che non è tecnico circa le normative e gli organismi di controllo), è necessario sviluppare una **vera e propria cultura del gioco e del giocattolo, coinvolgendo i genitori, i negozianti, gli educatori, gli insegnanti, i pediatri ecc.** (attraverso lezioni, corsi formativi ecc.) e rendendoli consapevoli delle potenzialità del gioco e dei singoli giocattoli, nonché dei rischi di giocattoli non in regola. Spesso i genitori (e credo tutti gli adulti interessati ai bambini) gradirebbero davvero consigli e informazioni sui giocattoli, perché non sono consapevoli degli "effetti" psicologici e relazionali – positivi o meno positivi - di determinati giocattoli sui bambini.

## GABRIELLA GILLI

E' psicologa psicoterapeuta, professore universitario di Psicologia presso l'Università Cattolica di Milano.

[www.unicatt.it](http://www.unicatt.it)



## Focus

# L'Agenzia delle Dogane e il contrasto alla contraffazione di giochi e giocattoli

*Ing. Donato Rosa  
(Capo Area Verifiche Controlli e Attività Antifrode)  
Ufficio delle Dogane di Torino*

Se è pur vero che tra i compiti istituzionali dell'Agenzia delle Dogane rientra a pieno titolo la lotta alla contraffazione di ogni tipologia di merce che venga introdotta nel territorio della comunità Europea, compreso ovviamente il territorio dello stato Italiano, se si pensa che nell'ambito di competenza delle dogane liguri, piemontesi e valdostane i giocattoli rappresentano solo lo 0,27% del totale dei volumi di merci ivi pervenute, si può immaginare cosa significherebbe per le stesse sottoporre la totalità delle merci a controllo fisico al fine di impedire l'introduzione di quelle contraffatte.

Come accennato, tra i compiti istituzionali della Dogana rientra il **contrasto alla contraffazione di giochi e giocattoli**, nella loro più ampia accezione, nonché il controllo del rispetto di tutte le norme nazionali e sovranazionali inerenti la particolare materia al momento dell'ingresso nel territorio nazionale (o, nel caso di esportazione e transito, all'uscita dal nostro territorio), prima che tali merci abbiano lasciato i varchi doganali per essere destinate a commercianti o presunti tali, talvolta molto poco scrupolosi.

Numerosi sono i **Regolamenti Comunitari, le Direttive, le norme nazionali** di recepimento e di attuazione degli stessi che definiscono in maniera puntuale:

- le procedure atte a contrastare il fenomeno della contraffazione, chiarendo i concetti di merci contraffatte, merci usurpative, diritti di proprietà intellettuale (Regolamenti del Consiglio UE 608/2013 e 1352/2013);
- i controlli sulla conformità e sui rischi dei giocattoli non in regola (Regolamento del Consiglio 765/2008, Direttiva giocattoli n. 2009/48/CE del 18 giugno 2009 recepita con legge 4 giugno 2010 n. 96, Decreto legislativo di attuazione n. 54 dell'11 aprile 2011 in vigore il 12 maggio 2011);
- le merci che possono essere oggetto di tutela doganale e quelle escluse da tale intervento;
- gli obblighi degli importatori e dei distributori;
- i requisiti di sicurezza dei giocattoli;
- l'Autorità di vigilanza per il controllo della conformità dei giocattoli - il Ministero dello Sviluppo Economico, noto con l'acronimo MiSE, con il quale la Dogana si interfaccia nell'attività di controllo, essendo ovviamente demandate all'Agenzia delle Dogane le funzioni di controllo alle frontiere esterne (cfr. artt. 27 e 29 del Reg. (CE) n. 765/2008, Codice Doganale Comunitario 2913/92, Regolamento Comunitario di Attuazione 2454/93, ecc.).

Data la notevole importanza che riveste il fenomeno della contraffazione dei giocattoli per via dei suoi destinatari, i bambini, numerosi sono stati nel corso degli anni e continuano ad essere gli **interventi congiunti e le collaborazioni tra la Dogana ed altre autorità**, quali ad esempio:

- il **MiSE** con la Convenzione "Giocattolo Sicuro", in vigore sin dal 2009, rinnovata annualmente sino al corrente anno con varie denominazioni ("*Natale Sicuro*", "*S.T.O.P. Safe Toys Only Please*", "*Per un mercato più sicuro*", "*Giocattolo sicuro*", "*Giocattolo sicuro 2012*", ecc.) avente come scopo:
  - la tracciabilità del prodotto (individuazione del paese d'origine, di destinazione, esportatore, importatore) ecc.;
  - la redazione di un *report* in formato PDF, sia per i prodotti conformi o non conformi;
  - l'allegazione di 3 foto a colori (prodotto, imballaggio, etichettatura) per l'identificazione del prodotto (conforme o non conforme);
- il **Ministero della Salute** - Direzione Generale della Prevenzione Sanitaria, in merito all'estensione del divieto di vendita e di immissione sul mercato a tutti i giocattoli non conformi alla normativa tecnica UNI EN 71-1;
- l'**Istituto Italiano del Marchio di Qualità (IMQ)**, ora sostituito dall'**Organismo CSI S.p.a.** Certificazione e Testing in tema di analisi e verifica degli aspetti comportamentali dei prodotti legati alla sicurezza.

I controlli effettuati dalla Dogana consistono tra l'altro nel verificare:

- la regolarità della documentazione tecnica rilasciata dal produttore/importatore o delle certificazioni rilasciate da parte di uno degli Organismi di valutazione, il cui elenco è reperibile al link: <http://ec.europa.eu/enterprise/newapproach/nando><sup>1</sup>;
- la veridicità di tale certificazione e/o documentazione, da accertare anche prendendo contatti diretti con l'Organismo che l'ha emessa;
- la corrispondenza dell'oggetto presentato per la visita merce con quanto descritto nelle certificazioni già esaminate per l'importazione;
- la presenza della marcatura "CE" applicata sul prodotto, sul foglio informativo o sull'imballaggio.

In casi sospetti gli uffici doganali, ai sensi dell'art. 27, comma 3, del Reg. (CE) 765/2008 sospendono il rilascio delle merci, informando immediatamente di tale decisione la parte ed il Ministero dello Sviluppo Economico.

E' necessario quindi fare ricorso all'uso di procedure mirate che siano di supporto all'attività di controllo. Per i giocattoli in particolare l'Agenzia delle Dogane:

- contribuisce ad alimentare **banche dati quali Iperico** (*Intellectual Property - Elaborated Report of the Investigation on Counterfeiting*), ove integra la predisposizione delle statistiche per la parte dei sequestri realizzati negli spazi doganali;
- ha predisposto banche dati specifiche suddivise in diverse sezioni in continua evoluzione.

-----

#### **<sup>1</sup>Nando (New Approach Notified and Designated Organisations) Information System**

La notifica è un atto con cui uno Stato membro informa la Commissione e gli altri Stati membri che un organismo, che soddisfa i requisiti del caso, è stato designato per effettuare la valutazione di conformità secondo una direttiva. La notifica degli organismi notificati e il loro ritiro sono di competenza dello Stato membro notificante.

Gli Stati membri, i paesi EFTA (membri del SEE) e in altri paesi con i quali la CE ha concluso accordi di riconoscimento reciproco (MRA) e dei protocolli degli accordi europei sulla valutazione della conformità e l'accettazione dei prodotti industriali (PECA) hanno designato organismi notificati, stabiliti secondo la direttiva. Elenchi degli organismi notificati possono essere ricercati sul sito NANDO. Le liste includono il numero di identificazione di ciascun organismo notificato, nonché i compiti per i quali è stato notificato, e sono soggette a periodico aggiornamento.

In particolare, secondo quanto disposto dalla legge n. 350 del 24 dicembre 2003, con Determinazione n° 282/UD del 28 febbraio 2004, l'Agenzia ha dato il via al **progetto Falstaff** (*Fully Automated Logical System To Against Forgeries Frauds*) accessibile al link <http://falstaff.km.agenziadogane.it>, con l'obiettivo di costituire e tenere aggiornata una banca dati multimediale (nazionale) delle istanze di tutela inoltrate dai titolari di marchi, brevetti, ecc., in base alle quali poter riconoscere i prodotti originali e individuare i prodotti contraffatti, codificare le informazioni e collegarle automaticamente alle dichiarazioni doganali, diffondere sistematicamente le informazioni sui prodotti originali, i prodotti contraffatti e sulle "strategie di frode".

La **base dati della Lotta alla Contraffazione** alimenta in modo automatico i profili di rischio a fronte delle schede acquisite, per cui con l'ausilio delle informazioni desunte della banca dati Falstaff, i funzionari doganali effettuano il fermo di merci sospette che vengono tenute a disposizione per l'intervento di esperti/enti di certificazione, entro i termini fissati per il fermo amministrativo. Sono state realizzate anche le sezioni: "FALSTAFF per le scuole" e "Falstaff per i giovani", indirizzato alle nuove generazioni, che si interfaccia ai più comuni social network (è stato infatti battezzato "*Falsobook*" reperibile sul sito <http://falstaff.km.agenziadogane.it/falsobook/>) proprio per esercitare maggiore attrazione sui giovani.

La banca dati Falstaff viene integrata con le informazioni fornite dal **sistema comunitario RAPEX<sup>1</sup>** (*Rapid Alert System for Non-Food Consumer Products Exchange*) che consente di consultare le segnalazioni comunitarie ("*alert*") aventi per oggetto misure restrittive adottate dalle autorità nazionali dei singoli Paesi Membri, relative a prodotti non sicuri.

I parametri di rischio vengono poi integrati anche con le informazioni provenienti da **organismi comunitari** quali l'**Olaf** (*Office européen de Lutte Anti-Fraude*), istituito dalla Commissione Europea con l'obiettivo di contrastare le frodi, la corruzione e qualsiasi attività illecita lesiva degli interessi finanziari della Comunità europea.

L'Olaf comunica ai vari Stati Membri i risultati delle proprie indagini, effettuate anche presso i paesi produttori delle merci, fornendo indicazioni sui soggetti coinvolti, sul tipo di frode e sulle azioni da intraprendere. A titolo di esempio sono in corso le operazioni di controllo a seguito della segnalazione con la quale l'Olaf, al termine di un'indagine su giocattoli contraffatti provenienti dalla Cina, ha allertato l'Italia nel corrente anno fornendo informazioni sulla ragione sociale degli operatori economici (32 società cinesi e 27 società europee) coinvolti nella contraffazione di giocattoli di varie marche, nonché sul percorso seguito dalle merci con l'indicazione dei porti di provenienza.

Numerosi sono inoltre gli altri soggetti che collaborano alla formazione e alla integrazione della banca dati Falstaff: i consumatori, le aziende, il MiSE, gli Uffici dell'Agenzia e tutte le associazioni o enti che hanno sottoscritto memorandum di intesa con l'Agenzia delle Dogane fra le quali Confcommercio, Federconsumatori, Indicam - Istituto di contromarca per la lotta alla contraffazione, CSI Spa - Certification Security Institute, SNB REACT - Associazione cooperativa d'impresе olandese, Assoprom - Associazione Italiana Produttori e Distributori Articoli Pubblicitari e Promozionali, Assogiocattoli, e tante altre.

A livello Comunitario le informazioni acquisite dai singoli Stati Membri vanno ad alimentare una banca dati centralizzata - il progetto COPIS (anti-COuntefeit and anti-Plracy System), approvato in data 20/03/2009 dell'Electronic Customs Group; dal 1° gennaio 2014 gli SM inseriscono i dati solo in formato elettronico.

In essa confluiscono tutte le informazioni contenute nelle istanze presentate ai servizi doganali competenti e tutte le informazioni relative alle domande d'intervento in cui si richiede il controllo delle autorità doganali a tutela dei Diritti di Proprietà Intellettuale.

Per le richieste di intervento i funzionari doganali possono avvalersi dei tecnici delle associazioni di categoria e/o degli enti di certificazione della qualità dei prodotti posti sotto tutela.

Operando in tal modo si crea **un continuo feedback delle informazioni sui giocattoli** segnalati come **"non in regola"** in modo tale che la Dogana possa intervenire tempestivamente, a tutela dei prodotti in importazione. Nel corso dei **primi mesi del 2015**, ad esempio, proprio grazie a tali informazioni sono state **sequestrate alle frontiere circa 101.000 confezioni di giocattoli per un valore di circa 280.000 €.**

Falstaff in definitiva, integrato dalla sezione Rapex, si configura come efficace strumento di allerta e di tutela preventiva, che consente un'analisi dei rischi molto mirata e permette di ricostruire i flussi merceologici a rischio, sfruttando le informazioni fornite direttamente dagli operatori economici, quali ad esempio il packaging, l'aspetto esterno del giocattolo, i colori, i disegni, i materiali, le proprietà elettriche, chimico fisiche, olfattive, ecc.

Sarebbe comunque importante una maggiore compartecipazione da parte delle imprese e un maggiore impegno delle istituzioni, sia dal punto di vista dell'informazione ai consumatori insegnando a comprare originale fin dalle scuole che da quello della repressione, mettendo in grado le forze di polizia di cooperare fra loro al fine compiere il loro importante compito di tutela.

# I QUESTIONARI



CAMERA DI COMMERCIO  
INDUSTRIA ARTIGIANATO E AGRICOLTURA  
DI TORINO

## I GIOCATTOLI "NON IN REGOLA" E CONTRAFFATTI<sup>17</sup>: IL PUNTO DI VISTA DEI PRODUTTORI

*Si prega di restituire il modello entro l'11 settembre 2015  
al Settore Studi, Statistica e Prezzi della Camera di commercio di Torino (fax 011.5714710)*

### 1. INFORMAZIONI SULL'IMPRESA

CONTATTO E-MAIL \_\_\_\_\_

ANNO DI COSTITUZIONE \_\_\_\_\_ NUMERO ADDETTI \_\_\_\_\_

#### FASCE DI FATTURATO

- FINO A 250 MILA EURO
- DA 250 MILA EURO A 1 MLN DI EURO
- DA 1 MLN DI EURO A 5 MLN DI EURO
- OLTRE 5 MLN DI EURO

#### DOVE PRODUCE LA VOSTRA IMPRESA:

- IN ITALIA
- IN ITALIA E ALL'ESTERO
- SOLO ALL'ESTERO

#### SE ANCHE ALL'ESTERO, DOVE?

- UE (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)
- EXTRA UE (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)
- ALTRI CONTINENTI (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)

#### QUALI SONO I MERCATI DI DESTINAZIONE DELLE VOSTRE MERCI:

- UNICAMENTE IN ITALIA
- UNICAMENTE ALL'ESTERO
- SIA IN ITALIA, SIA ALL'ESTERO

#### SE ALL'ESTERO, DOVE?

- UE 28 (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)
- EUROPA EXTRA UE (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)
- ALTRI CONTINENTI (SPECIFICARE \_\_\_\_\_)

<sup>17</sup> "Per **merci contraffatte** si intendono (Regolamento 22 luglio 2003 (2003/1383/CE):

1. le merci, compreso il loro imballaggio, su cui sia stato apposto, senza autorizzazione, un marchio di fabbrica o di commercio identico a quello validamente registrato per gli stessi tipi di merci, o che non possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali da tale marchio di fabbrica o di commercio e che pertanto violi i diritti del titolare del marchio in questione;
2. qualsiasi segno distintivo (compresi logo, etichetta, opuscolo, ecc.), anche presentato separatamente (che si trovi nella stessa situazione al punto 1);
3. gli imballaggi recanti marchi di merce contraffatta presentati separatamente (che si trovi nella stessa situazione di cui al punto 1)."

Per **giocattoli "in regola"** si intendono:

quelli immessi sul mercato conformi ai **requisiti essenziali e specifici di sicurezza** (proprietà fisiche e meccaniche, chimiche ed elettriche, ed in merito all'infiammabilità). In generale i giocattoli non devono compromettere la sicurezza o la salute degli utilizzatori o di altre persone, quando siano utilizzati conformemente alla loro destinazione o quando ne è fatto un uso prevedibile in considerazione del comportamento abituale dei bambini.

**INDICARE QUALI CATEGORIE DI GIOCATTOLE VENGONO PRODOTTE PREVALENTEMENTE?** (Dare al massimo 3 risposte):

- BAMBOLE
- GIOCHI DA TAVOLA E PUZZLES
- INFANZIA E PREScolare
- GIOCHI ELETTRONICI PER RAGAZZI
- GIOCHI ALL'APERTO E SPORTIVI
- PELUCHE
- VEICOLI
- ALTRI GIOCHI (MODELLISMO, EMULATIVI, EDUCATIVI MUSICALI)
- ALTRO (SPECIFICARE.....)

**1. Quali sono gli aspetti principali che la Sua azienda valuta prioritariamente nella produzione di giocattoli?**

a) PER NULLA    b) POCO    c) ABBASTANZA    d) MOLTO

- la tutela della sicurezza del consumatore
- il rispetto dei requisiti di sicurezza e degli obblighi normativi
- la domanda di mercato
- la scelta del materiale

**2. Quali sono gli aspetti principali che la Sua azienda valuta prioritariamente nella scelta del packaging?**

a) PER NULLA    b) POCO    c) ABBASTANZA    d) MOLTO

- la protezione e conservazione del giocattolo
- la valenza di tipo pubblicitario
- il design estetico
- l'etichettatura e l'informazione per il consumatore
- l'impatto ecologico e ambientale
- l'idoneità dei materiali al contatto con il giocattolo (fenomeni di cessione di sostanze, ...)
- la facilità di stoccaggio per l'azienda

**3. Operando nel settore, qual è la sua percezione sulla diffusione della contraffazione di giocattoli nel mercato in cui opera?** Dare un giudizio da 1 (minimo) a 10 (massimo):

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

## CONTRAFFAZIONE DI GIOCATTOLI E POLITICHE DI TUTELA

4. Quanto è importante per la sua azienda la tutela dalla contraffazione di giocattoli? Dare un giudizio da 1 (minimo) a 10 (massimo):

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

5. La sua azienda attua un'adeguata politica di tutela contro la contraffazione di giocattoli? (è possibile dare più di una risposta):

- NO
- Sì, depositando brevetti
- Sì, depositando disegni/modelli ornamentali del packaging
- Sì, registrando marchi aziendali
- Sì, adottando sistemi di certificazione di qualità

### CASI DI GIOCATTOLI "NON IN REGOLA"

6. Alla sua azienda è stato mai segnalato dalle Autorità Competenti o direttamente dagli esercenti/consumatori un giocattolo "non in regola"?

- No, mai
- Sì, una volta
- Sì, più di una volta

9. Nel caso di risposta affermativa, per quale motivo? (è possibile dare più di una risposta):

- Mancanza dei requisiti fisico-meccanici
- Mancanza dei requisiti igienici
- Mancanza dei requisiti elettrici
- Mancanza dei requisiti chimici
- Erronea redazione della documentazione tecnica
- Erronea dichiarazione del marchio CE
- Erronea dichiarazione di conformità
- Altri requisiti di sicurezza (specificare):.....

10. Qualora la sua azienda abbia avuto segnalazioni di giocattoli "non in regola", quali sono state le conseguenze? (è possibile dare più di una risposta)

- Danni di immagine
- Cause o provvedimenti penali
- Diminuzione del fatturato
- Sanzioni amministrative
- Altro (specificare): .....

11. Quale ritiene sia il metodo più efficace per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola" /contraffatti (Dare non più di 3 risposte)

- Intensificare il supporto degli organismi di certificazione
- Educare i consumatori alla conoscenza del fenomeno della contraffazione ed in particolare alle conseguenze connesse agli acquisti di giocattoli "non in regola"
- Favorire sistemi di riconoscimento dei prodotti non contraffatti (es. Quick Response CODE, etichetta elettronica)
- Punire maggiormente chi vende giocattoli contraffatti/non in regola
- Punire maggiormente chi compra giocattoli contraffatti/non in regola
- Interagire maggiormente con le forze dell'ordine e le autorità di vigilanza per facilitare i controlli

-----  
-----  
**Informativa ai sensi all'art. 13, d.lgs. 196/2003.** Il trattamento dei dati forniti dall'impresa è finalizzato all'analisi della percezione della diffusione del fenomeno dei giocattoli "non in regola"/contraffatti. In relazioni a tali finalità il conferimento dei dati è facoltativo. I dati raccolti saranno elaborati e diffusi solo in forma anonima ed aggregata e saranno trattati con l'utilizzo di procedure informatizzate e resi pubblici in un rapporto finale di ricerca.

Titolare del trattamento è la Camera di commercio di Torino, via Carlo Alberto 16, Torino. Responsabili della sicurezza informatica e dei relativi trattamenti sono la Società consortile INFOCAMERE, piazza Sallustio 21, Roma e il funzionario del Settore Immobili e Impianti della Camera di commercio di Torino. All'interessato sono riconosciuti i diritti previsti dall'art.7 del d.lgs. 196/2003, tra cui, in particolare, il diritto di accedere ai propri dati personali, di chiederne la rettifica, l'aggiornamento e la cancellazione, se incompleti, erronei o raccolti in violazione della legge, nonché di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi rivolgendo le richieste a: Camera di commercio di Torino, Via Carlo Alberto 16, Torino.





## GIOCATTOLI "NON IN REGOLA" E CONTRAFFATTI<sup>18</sup>: IL PUNTO DI VISTA DEI COMMERCianti

### 1. INFORMAZIONI SULL'IMPRESA

ANNO DI COSTITUZIONE \_\_\_\_\_

NUMERO ADDETTI \_\_\_\_\_

#### 1. Quali sono i principali canali di approvvigionamento della Sua azienda?

- Direttamente dal produttore
- Tramite un rappresentante plurimandatario
- All'ingrosso
- Altro (specificare): .....

#### 2. Quali sono gli aspetti principali che valuta prioritariamente la Sua azienda nella selezione dei giocattoli? (Dare al massimo 3 risposte):

- La domanda di mercato
- La qualità dei materiali
- Il design e l'estetica del prodotto
- La fascia d'età consigliata
- Il prezzo
- La marca del fabbricante
- La pubblicità/novità commerciale
- L'etichettatura conforme alla normativa vigente
- Il confezionamento/packaging conforme alla normativa vigente
- Altro (specificare.....)

#### 3. Indicare quali categorie di giocattoli vengono principalmente richieste dalla Sua clientela?

(Dare al massimo 3 risposte):

- Bambole
- Giochi da tavola e puzzles
- Infanzia e prescolare
- Giochi elettronici per ragazzi
- Giochi all'aperto e sportivi
- Peluche
- Veicoli
- Altri giochi (modellismo, emulativi, educativi musicali)
- Altro (specificare.....)

<sup>18</sup> "Per **merci contraffatte** si intendono (Regolamento 22 luglio 2003 (2003/1383/CE):

4. le merci, compreso il loro imballaggio, su cui sia stato apposto, senza autorizzazione, un marchio di fabbrica o di commercio identico a quello validamente registrato per gli stessi tipi di merci, o che non possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali da tale marchio di fabbrica o di commercio e che pertanto violi i diritti del titolare del marchio in questione;
5. qualsiasi segno distintivo (compresi logo, etichetta, opuscolo, ecc.), anche presentato separatamente (che si trovi nella stessa situazione al punto 1);
6. gli imballaggi recanti marchi di merce contraffatta presentati separatamente (che si trovi nella stessa situazione di cui al punto 1)."

Per **giocattoli "in regola"** si intendono:

quelli immessi sul mercato conformi ai **requisiti essenziali e specifici di sicurezza** (proprietà fisiche e meccaniche, chimiche ed elettriche, ed in merito all'inflammabilità). In generale i giocattoli non devono compromettere la sicurezza o la salute degli utilizzatori o di altre persone, quando siano utilizzati conformemente alla loro destinazione o quando ne è fatto un uso prevedibile in considerazione del comportamento abituale dei bambini.

**4. Quali sono gli aspetti principali che la Sua clientela valuta prioritariamente al momento dell'acquisto dei giocattoli?** *(Dare al massimo 3 risposte):*

- La qualità dei materiali
- Il design e l'estetica del prodotto
- Il prezzo
- La marca del fabbricante
- La pubblicità/novità commerciale
- L'etichettatura conforme alla normativa vigente
- La confezione/packaging conforme alla normativa vigente
- La marcatura CE
- Le avvertenze e indicazioni sulla fascia di età
- Le avvertenze e le indicazioni delle precauzioni d'uso
- La presenza di istruzioni d'uso
- Il valore educativo
- Altro (specificare.....)

**CASI DI GIOCATTOLI "NON IN REGOLA"**

**5. Alla Sua azienda è mai capitato di ritirare un giocattolo dalla vendita perché "non in regola"?**

- No, mai
- Sì, una volta
- Sì, più di una volta

**6. Se sì, da parte di chi è avvenuta la segnalazione?** *(è possibile dare più risposte)*

- E' stato segnalato direttamente dalla casa produttrice
- E' stato segnalato dalle Autorità Competenti
- E' stato segnalato direttamente dal Suo punto vendita
- E' stato segnalato direttamente dai consumatori

**7. Se sì, per quale motivo/i sono stati ritirati i giocattoli "non in regola"?** *(è possibile dare più risposte)*

- Mancanza dei requisiti fisico meccanici
- Mancanza dei requisiti igienici
- Mancanza dei requisiti elettrici
- Mancanza dei requisiti chimici
- Erronea redazione della documentazione tecnica
- Erronea dichiarazione del marchio CE
- Erronea dichiarazione di conformità
- Altri requisiti di sicurezza (specificare):.....

**8. Operando nel settore, qual è la sua percezione sulla diffusione di giocattoli "non in regola"/contraffatti di giocattoli nel mercato in cui opera?** *Dare un giudizio da 1 (minimo) a 10 (massimo):*

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**9. Per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola" /contraffatti sarebbe opportuno: (Dare al massimo 3 risposte):**

- Intensificare il supporto degli organismi di certificazione
- Educare i consumatori alla conoscenza del fenomeno della contraffazione ed in particolare alle conseguenze connesse agli acquisti di giocattoli "non in regola"
- Favorire sistemi di riconoscimento dei prodotti non contraffatti (es. Quick Response CODE, etichetta elettronica)
- Punire maggiormente chi vende giocattoli contraffatti/non in regola
- Punire maggiormente chi compra giocattoli contraffatti/non in regola
- Interagire maggiormente con le forze dell'ordine e le autorità di vigilanza per facilitare i controlli

-----  
-----  
**Informativa ai sensi all'art. 13, d.lgs. 196/2003.** Il trattamento dei dati forniti dall'impresa è finalizzato all'analisi della percezione della diffusione del fenomeno dei giocattoli "non in regola"/contraffatti. In relazioni a tali finalità il conferimento dei dati è facoltativo. I dati raccolti saranno elaborati e diffusi solo in forma anonima ed aggregata e saranno trattati con l'utilizzo di procedure informatizzate e resi pubblici in un rapporto finale di ricerca.

Titolare del trattamento è la Camera di commercio di Torino, via Carlo Alberto 16, Torino. Responsabili della sicurezza informatica e dei relativi trattamenti sono la Società consortile INFOCAMERE, piazza Sallustio 21, Roma e il funzionario del Settore Immobili e Impianti della Camera di commercio di Torino. All'interessato sono riconosciuti i diritti previsti dall'art.7 del d.lgs. 196/2003, tra cui, in particolare, il diritto di accedere ai propri dati personali, di chiederne la rettifica, l'aggiornamento e la cancellazione, se incompleti, erronei o raccolti in violazione della legge, nonché di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi rivolgendo le richieste a: Camera di commercio di Torino, Via Carlo Alberto 16, Torino.



## I GIOCATTOLE NON "IN REGOLA" E "CONTRAFFATTI": IL PUNTO DI VISTA DEI CONSUMATORI

"Per **merci contraffatte** si intendono (Regolamento 22 luglio 2003 (2003/1383/CE)):

1. le merci, compreso il loro imballaggio, su cui sia stato apposto, senza autorizzazione, un marchio di fabbrica o di commercio identico a quello validamente registrato per gli stessi tipi di merci, o che non possa essere distinto nei suoi aspetti essenziali da tale marchio di fabbrica o di commercio e che pertanto violi i diritti del titolare del marchio in questione;
2. qualsiasi segno distintivo (compresi logo, etichetta, opuscolo, ecc.), anche presentato separatamente (che si trovi nella stessa situazione al punto 1);
3. gli imballaggi recanti marchi di merce contraffatta presentati separatamente (che si trovi nella stessa situazione al punto 1)."

Per **giocattolo** si intende:

- qualsiasi prodotto progettato o destinato, in modo esclusivo o meno, a essere utilizzato per fini di gioco da bambini di età inferiore a 14 anni.

Per **giocattoli "in regola"** si intendono:

- quelli immessi sul mercato conformi ai **requisiti essenziali e specifici di sicurezza** (proprietà fisiche e meccaniche, chimiche ed elettriche, ed in merito all'infiammabilità). In generale i giocattoli non devono compromettere la sicurezza o la salute degli utilizzatori o di altre persone, quando siano utilizzati conformemente alla loro destinazione o quando ne è fatto un uso prevedibile in considerazione del comportamento abituale dei bambini.

n. d'ordine dei componenti	1) relazione con la persona di riferimento	2) sesso	3) età	4) istruzione
1				
2				
3				
4				
5				

### INFORMAZIONI SUL NUCLEO FAMILIARE

#### 1) relazione con la persona di riferimento

- Persona di riferimento  
Coniuge o convivente  
Figlio  
Ascendente (genitore, nonno...)  
Altro parente (nipote, cognato...)  
  
Altro (domestici, conviventi, amici conviventi...)

#### 4) istruzione

- |   |                                                                   |   |
|---|-------------------------------------------------------------------|---|
| 1 | Nessun titolo                                                     | 1 |
| 2 | Licenza elementare                                                | 2 |
| 3 | Licenza scuola media inferiore                                    | 3 |
| 4 | Diploma scuola media superiore                                    | 4 |
| 5 | Diploma universitario, laurea triennale                           | 5 |
| 6 | Laurea quadriennale, specialistica o specializzazione post laurea | 6 |

#### 2) sesso

- Maschio 1  
Femmina 2

#### 3) età

Indicare gli anni compiuti

**1) Dove acquista abitualmente giocattoli?**

	a) MAI	b) RARAMENTE	c) SÌ, SPESSO	d) SÌ, SEMPRE
• negozio tradizionale/specializzato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• ipermercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• mercatino dell'usato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• internet	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• mercato	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• giornali, tabaccai, autogrill, ect.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Giostre, lunapark	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Altro (specificare).....	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**2) Quale importanza attribuisce ai seguenti elementi nella scelta di un giocattolo?**

*(Dare un giudizio da 1-min a 10-max)*

• Materiale (legno, plastica, stoffa, etc.)	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Fascia d'età consigliata	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Prezzo	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Marca del fabbricante	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Pubblicità/novità commerciale	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Marcatura CE	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Confezione	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		
• Altro (specificare.....)	<table border="1"><tr><td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>6</td><td>7</td><td>8</td><td>9</td><td>10</td></tr></table>	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10		

**3) Quando acquista/riceve in regalo un giocattolo verifica che esso riporti/contenga le seguenti informazioni?**

	a) MAI	b) RARAMENTE	c) SÌ, SPESSO	d) SÌ, SEMPRE
• Marcatura CE	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Generalità del fabbricante o dell'importatore	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Avvertenze sulla fascia di età	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Avvertenze e indicazioni delle precauzioni d'uso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
• Istruzioni d'uso	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

**4) Secondo Lei, quanto è diffusa la produzione di giocattoli non "in regola"/contraffatti?**  
(Dare un giudizio da 1-min a 10-max)

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
---	---	---	---	---	---	---	---	---	----

**5) Secondo Lei, quali sono i giocattoli potenzialmente più pericolosi se "non in regola"/contraffatti?**  
(Dare al massimo 3 risposte)

- Bambole
- Giochi da tavola e puzzles
- Infanzia e prescolare
- Giochi elettronici per ragazzi
- Giochi all'aperto e sportivi
- Peluche
- Veicoli
- Altri giochi (modellismo, emulativi, educativi musicali)
- Altro (specificare.....)

**6) Ritiene di aver acquistato/ricevuto in passato giocattoli "non in regola"/contraffatti?**

- Sì, spesso
- Sì, qualche volta
- Raramente
- No, mai

**7) Secondo Lei, quali possono essere le motivazioni che inducono ad acquistare un giocattolo "non in regola"/contraffatto?** (Dare al massimo 3 risposte)

- Perché ha un ciclo di vita breve (è minore il rischio di danni alla sicurezza e alla salute)
- Perché il prezzo è più basso
- Perché non ci sono differenze apparenti con quello originale
- Per soddisfare una richiesta del bambino
- Perché è facile da reperire
- Altro (specificare.....)

**8) A suo parere, la produzione di giocattoli "non in regola"/contraffatti rischia principalmente di:**  
(Dare al massimo 3 risposte)

- Arrecare danni alla salute dell'acquirente
- Essere meno sicura rispetto al giocattolo originale
- Danneggiare economicamente il mercato dei giocattoli (produzione e commercio)
- Incrementare il lavoro sommerso e irregolare
- Indebolire l'efficacia dei controlli di vigilanza delle Autorità preposte
- Altro (specificare.....)

**9) Se si acquista inconsapevolmente un giocattolo "non in regola"/contraffatto:**

*(Dare al massimo 3 risposte):*

- Non farei niente, cercherei di stare più attento per il futuro
- Cercherei di rintracciare la persona che mi ha venduto il prodotto
- Vorrei fare qualcosa, ma non so cosa
- Prenderei contatto con un' associazione di consumatori
- Mi rivolgerei alla polizia, alla guardia di finanza, alla magistratura
- Mi rivolgerei al produttore della marca originale che è stata contraffatta
- Scriverei a giornali o mi rivolgerei a trasmissioni televisive, radiofoniche di aiuto al consumatore
- Cambierei fornitore o luogo d'acquisto
- Altro (specificare):.....

**10) Secondo Lei, per limitare la contraffazione e la diffusione dei giocattoli "non in regola"/contraffatti sarebbe opportuno:**

*(Dare al massimo 3 risposte):*

- Intensificare il supporto degli organismi di certificazione
- Educare i consumatori alla conoscenza del fenomeno della contraffazione ed in particolare agli acquisiti connessi di giocattoli "non in regola"
- Favorire sistemi di riconoscimento dei prodotti non contraffatti (es. Quick Response CODE, etichetta elettronica)
- Punire maggiormente chi vende giocattoli contraffatti/non in regola
- Punire maggiormente chi compra giocattoli contraffatti/non in regola
- Interagire maggiormente con le forze dell'ordine e le autorità di vigilanza per facilitare i controlli

**11) Secondo Lei, per diffondere la conoscenza tra i consumatori dei pericoli connessi alla produzione dei giocattoli "non in regola"/contraffatti, quali sono i canali più efficaci? (Dare al massimo 3 risposte):**

- I famigliari, conoscenti
- La scuola
- La Pubblica Amministrazione (pubblicità progresso)
- Chi commercia giocattoli
- Chi produce giocattoli
- Le Autorità di vigilanza e le forze dell'ordine
- Le associazioni di consumatori
- Altro (specificare.....)

**Consigli/Segnalazioni**

**Informativa ai sensi art. 13 D.Lgs 196/2003**

Il trattamento dei dati personali forniti è finalizzato alla realizzazione di una ricerca sul fenomeno della contraffazione e dei giocattoli "non in regola".

Il conferimento dei dati è facoltativo e il rifiuto di fornirli non comporta nessuna conseguenza per la famiglia intervistata. I dati raccolti saranno trattati su supporto cartaceo e con l'utilizzo di procedure informatizzate e potranno essere diffusi a fini di studio solo in forma aggregata su supporto elettronico o cartaceo, tramite CD ROM o sulla rete INTERNET.

Titolare del trattamento dei dati è la Camera di commercio di Torino, via Carlo Alberto 16, Torino.

All'interessato sono riconosciuti i diritti previsti dall'art. 7 del d.lgs. n. 196/2003, in particolare il diritto di accedere ai propri dati personali, di chiederne la rettifica, l'aggiornamento e la cancellazione se incompleti, erronei o raccolti in violazione della legge, nonché di opporsi al loro trattamento per motivi legittimi rivolgendo le richieste a: Camera di commercio di Torino, Settore Studi, Statistica e Prezzi, via San Francesco da Paola 24 10123 Torino.